

# RED

de EDUCACIÓN  
del CONSUMIDOR



NÚMERO 8

Segundo Semestre 2006



## CASTILLA Y LEÓN

**LA DIETA  
EQUILIBRADA:  
LA IMPORTANCIA  
DEL DESAYUNO**



# CONSUMÓPOLIS 2



Desde el Instituto Nacional del Consumo y las Direcciones Generales de Consumo de las Comunidades Autónomas se organiza el Juego Concurso, «Consumópolis», cuyos contenidos giran entorno a temas relacionados con el consumo, y más concretamente, con productos y servicios relacionados con los jóvenes.

El objetivo del concurso es que los participantes realicen en su día a día un consumo responsable, sin que ello afecte a su calidad de vida y su bienestar. Se trata de seguir las pautas de las cuatro «C»: Conocer, Comprender, Comparar y Consumir.



Pueden participar alumnos/as de 3º Ciclo de Primaria, 1º y 2º Ciclo de Secundaria, en grupos de cinco alumnos/as del mismo nivel y coordinados por un/a profesor/a.

El concurso consta de dos partes. La primera son pruebas de carácter pedagógico y lúdico, y se resuelven de manera individual a través de Internet.

En el portal del juego aparece una ciudad virtual y dentro de ella hay que resolver cuatro escenas: La casa, el colegio, la calle e ir de compras. En cada una de ellas hay que resolver un cuestionario. Se pueden hacer varios intentos hasta resolverlo satisfactoriamente, pero debes tener en cuenta que, cuantos más intentos se realicen, menos puntos se consiguen. Una vez superada esta parte pedagógica, se accede a la prueba lúdica en la que hay que resolver un juego de habilidad y reflexión. Estos juegos no puntúan, pero permiten conseguir pistas o indicios para resolver la prueba final.

En las bases del juego se establece un calendario para acceder y poder resolver cada una de las escenas.

En la segunda parte de Consumópolis, se trabaja en equipo y la temática cambia en cada convocatoria. A modo de ejemplo, en la convocatoria 2006-07 se pide elaborar una campaña publicitaria que fomente los valores del consumo responsable y tiene que constar de un eslogan, una cuña, un spot, un tríptico y un cartel tipo póster. Unido a esto, se elaborará una memoria en la que se explicará cómo se ha organizado y llevado a cabo el trabajo del grupo.



Para resolver las pruebas y elaborar el trabajo, se cuenta con fichas informativas que se localizan en la web del juego y que se pueden descargar para trabajar con mayor comodidad.



Las fases del juego son eliminatorias, para poder pasar a la segunda, todos los miembros del equipo han tenido que superar la primera y dentro de las fechas establecidas en las bases del juego.

La entrega de premios se hace en dos fases:

En la primera, cada Comunidad Autónoma que colabora en este concurso es responsable de evaluar los trabajos y seleccionar a los ganadores de su autonomía en cada nivel de participación.



En la segunda fase, las Comunidades Autónomas participantes presentan a sus ganadores de cada nivel educativo. Estos participan en la Fase Nacional del Concurso, que se celebra en Madrid. Un jurado nacional designa a los ganadores. Cada participante recibe un premio.

PARA MÁS INFORMACIÓN SE PUEDE CONSULTAR LA WEB:  
**www.consumopolis.com**

## Información y protección de los jóvenes europeos

# Agenda Europa y Guía del Profesorado



**Derechos del consumidor  
Protección Medioambiental  
Consumo Sostenible**

La Agenda Europa  
sirve de apoyo para:

- El desarrollo curricular
- Las clases de tutoría.
- Diversificación curricular.
- Futura asignatura de Ciudadanía.
- Actividades complementarias, extraescolares, etc.

Las agendas y las guías del profesorado son **gratuitas** y están distribuidas por la Comisión Europea y la Fundación Generation Europe.

**Es una gran oportunidad para su centro, pero dese prisa - ¡Quienes antes las soliciten, tienen prioridad!**

- La **agenda** va dirigida al alumnado de 1º de ESO.

- Para más información:

**www.generation-europe.org**  
**www.infoconsumo.es/agendaeuropa**  
**docu@escuelaec.e.telefonica.net**



**¡Guía del Profesorado incluida!**



## >EDITORIAL

La revista RED cumple cuatro años de vida con este número. Podemos afirmar que se ha consolidado como un excelente instrumento de comunicación entre los miembros de la RED y el profesorado al que va dirigido. Debemos alegrarnos del trabajo realizado, lo que nos da fuerzas para continuar.

En este número destacamos, además de los artículos de cada Comunidad Autónoma, tres eventos de interés para la Educación de los Consumidores:

- > Consumópolis (organizado por el INC y las CCAA), que tras el éxito del primer año, éste segundo comienza con estupendas cifras de participación.
- > La Agenda Europa: este año tendremos 75.000 ejemplares gratuitos para repartir entre el alumnado de 1º de ESO.
- > El Encuentro de la RED E-CONS, Comenius 3 en Roma, con más de 150 participantes, magníficas ponencias, muchos proyectos y una excelente exposición de materiales didácticos.

Todo este trabajo no hubiera sido posible sin la activa colaboración de muchas personas, a las que desde la coordinación queremos agradecer su continuada labor y su entusiasmo.

LA COORDINACIÓN



Segundo Semestre 2006 N° 8

Tirada: 9.400 ejemplares

Edita: Red de Educación del Consumidor

<http://www.infoconsumo.es/eeced>

Dirección de la coordinación:

Escuela Europea de Consumidores

del Gobierno de Cantabria

c/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander

[escuela@infoconsumo.es](mailto:escuela@infoconsumo.es)

CONSEJO DE REDACCIÓN

Coordinación de la revista:

Nieves Álvarez Martín

Coordinación para cada Comunidad Autónoma:

Gonzalo Sánchez Moreno (Cantabria)

Carmen Martínez González (Asturias)

Mª José López Ródenas (Comunidad Valenciana)

Esther Álvarez Fernández (Galicia)

Alejandro Salcedo Aznal (Castilla-La Mancha)

Nekane Ribado Vitorica (Euskadi)

Ana Grande Murillo (Extremadura)

Ángel Escolar-Noriega (Madrid)

Francisca Pérez Jiménez (Aragón)

Carmen Herrero Álvarez (Castilla y León)

Mª José Gómez de Segura Martínez (La Rioja)

Luís Domínguez Rodríguez (Canarias)

Julià Guimerà Gargallo (Cataluña)

Mª Rosa Sancho Celdrán (Murcia)

Elena Suárez Mariscal (Andalucía)

Mª Dolores Angosto Sánchez (Melilla)

Blanca Berruete Cilveti (Navarra)

Diseño de portadas: Mª Isabel Gómez Bedia

Diseño y maquetación: Mª Luisa Lavín Solana

Impresión: J. Martínez S.L.

Depósito legal: SA-1485-2004

La Red de Educación del Consumidor permite la reproducción de los contenidos que publica. No se autoriza la utilización de cualquier contenido de esta revista con fines comerciales o publicitarios.

## >SUMARIO

CANTABRIA	Entrega de premios de la Tercera Fase del III Plan Cuatrienal de Educación del Consumidor_ Talleres prácticos sobre consumo	4
ASTURIAS	I Concurso «Reutiliza y Juega»	6
COMUNIDAD VALENCIANA	Cuando la escuela abre puertas y ventanas al mundo	8
GALICIA	Consumo responsable...en el Seis	10
CASTILLA-LA MANCHA	Red de Comercio Justo de Castilla-La Mancha	12
EUSKADI	Kontsumoa eta Nagusiak	14
EXTREMADURA	Formación a todos los niveles_ 2º Encuentro Europeo de Profesores de la Red E-CONS	16
MADRID	Un juego accesible a todos	18
ARAGÓN	Actividades de educación para el consumo del C.P Jerónimo Blancas y Tomás de Zaragoza, curso 2005-2006	20
CASTILLA Y LEÓN	La Dieta Equilibrada: la importancia del desayuno	22
LA RIOJA	El calor que se disipa	24
CANARIAS	Programa de Formación y Educación 2006/07	26
CATALUÑA	La Escola del Consum de Catalunya abre las puertas a Primaria Educar el Consumo creando escenarios en el aula	28
MURCIA	La Educación del Consumidor en Murcia	30
MELILLA	Jornadas y entrega de premios sobre Educación del Consumidor	32
NAVARRA	«Taller de Publicidad» (Proyecto 2005-2006)	34

ENCUENTRO ROMA >36

DIRECCIONES DE INTERÉS >38

RESEÑAS >39



# Entrega de premios de la Tercera Fase del III Plan Cuatrienal de Educación del Consumidor

El 19 de junio de 2006 tuvo lugar la entrega de premios de la tercera fase del III Plan Cuatrienal de Educación del Consumidor en la escuela. Los premios, con una dotación de 1.000 euros cada uno, más un premio a la excelencia de 1.500 euros, recayeron en los siguientes centros escolares.

El premio de **Educación Infantil** fue para el **CP Mateo Escagedo Salmón de Cacicado de Camargo**. Su proyecto «**Tita, la gotita viajera**», enfocado desde la perspectiva de la Educación ambiental y coordinado por Rosa Inés González Puente, intenta acercar a los alumnos/as al medio natural en el que se desenvuelven de manera que se desarrollen una serie de hábitos, valores y conocimientos de respeto y cuidado con todo aquello que les rodea.



En **Educación Primaria** el premio recayó en el proyecto titulado «**D.E.R.R.O.C.H.A.**», coordinado por Ramón Gandarillas López y Angelines Jorrín Salces del **CP Mateo Escagedo Salmón de Cacicado de Camargo**. Se trata de un proyecto que parte de las necesidades detectadas en el centro con relación al consumo. Los contenidos se plantean de una forma global y los bloques temáticos que se abordan son diversos; consumo y medio ambiente, alimentación, opciones de ocio, el vestido...



El **IES Las Llamas de Santander** con su proyecto «**Luces y... ¡Acción!**» coordinado por Antonio J. Santos Polanco, obtuvo el premio en **Educación Secundaria Obligatoria**. Las fuentes de energía, sus características, la interpretación de los diferentes recintos energéticos de un hogar, las técnicas de



ahorro energético, las directivas energéticas en la UE y su incidencia en el consumo de cada uno de los estados miembros, etc, son algunos de los contenidos que se han tratado.

Con el proyecto «**Violencia a golpe de Clic: violencia, motivaciones y ayuda después del videojuego**» coordinado por Pedro Luís Díez Velasco, el **IES La Granja de Heras** obtuvo el premio en **Bachillerato**. Los objetivos del proyecto fueron: Dar a conocer y apli-



car métodos de investigación psicológica de forma adecuada al tema que se trataba, comparar el comportamiento de las personas antes y después de consumir videojuegos violentos, y por último difundir las conclusiones de la investigación entre los compañeros y otros estudiantes, para tomar conciencia de la repercusión de su uso.

El premio en **Formación Profesional** y el **premio a la Excelencia** recayeron en el proyecto titulado «**Sano, sabroso, barato y fácil de hacer. Una propuesta alimentaria**» del **IES Manuel Gutiérrez Aragón de Viñoles**, coordinado por Fernando Portal María. El tema elegido fue los recursos económicos empleados por los jóvenes en ali-

mentación sobre el tiempo de ocio. Entre los objetivos que se abordaron están: Conocer las opciones alimentarias de los jóvenes especialmente en su tiempo de ocio, desde su perspectiva económica y de la salud; Analizar desde el punto de vista de la economía y de la salud las ofertas alimentarias de que disponen los jóvenes en su tiempo de ocio;



Realizar una propuesta de alimentación asequible desde el punto de vista económico además de sana, sabrosa y fácil de hacer para los jóvenes en su tiempo de ocio y difundir los materiales generados al ámbito autonómico, nacional y europeo.

En **Educación de Adultos** el premio fue para el proyecto «**La vuelta al mundo de un vaquero**» del **Centro de E.P.A. de Cabezón de la Sal**, coordinado por Montserrat Aguirre Cabeza. En el proyecto se abordan los temas del comercio justo y el consumo responsable a través de un análisis pormenorizado de las diferentes piezas (botones, telas, tintes...) que componen una prenda de vestir tan mundialmente usada como es un pantalón vaquero, así como de las condiciones de trabajo en las que se elabora y de la importancia de realizar un consumo responsable.





# Talleres prácticos sobre consumo

Desde la inauguración en 1998 de la Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria, se vienen realizando diariamente talleres prácticos sobre consumo dirigidos a todo el alumnado de los diferentes niveles educativos (Educación Infantil, Primaria, Secundaria Obligatoria, Bachillerato, Formación Profesional, Ciclos Formativos Grado Medio y Superior, Educación Especial, Educación de Adultos, Garantía Social) y todo tipo de asociaciones.

Los talleres tienen como objetivo acercar al alumnado de los diferentes niveles educativos al mundo del consumo de una manera práctica. En la actualidad se imparten de manera gratuita los siguientes talleres;



## TALLER DEL SUPERMERCADO

- > Análisis de etiquetado.
- > Dieta: conocimiento de la rueda de la alimentación, dieta equilibrada.
- > Derechos del consumidor en la compra: hojas de reclamaciones, legislación.
  - > Práctica de técnicas de compra: preparación de lista, presupuesto.
  - > El abecedario del consumo.
- > Hundirás el barco si sabes alimentarte.

## ANÁLISIS PRÁCTICOS DE LABORATORIO

- > Determinación de fécula en los embutidos y determinaciones de grasa.
  - > Análisis de telas.
- > Conocemos los aditivos y los investigamos de manera práctica.
- > Diferenciamos lo natural de lo artificial.

## TALLER DE PUBLICIDAD

- > Análisis de publicidad en prensa, televisión, revistas...
  - > Técnicas usadas en publicidad.
- > Elaboramos nuestro propio anuncio.

## TALLER DE ECOLOGÍA

- > Reciclado de papel y elaboración de materiales de reciclaje.
  - > Análisis de plásticos.
- > Separación y selección de basuras.
  - > Recorrido medioambiental.
  - > Juego del Noco.
  - > Compra ecológica.

## TALLER DE SEGURIDAD

- > Análisis de juguetes y útiles escolares.
- > Seguridad en el hogar y en el tiempo de ocio.
  - > Piercing y tatuajes.

## TALLER DE COSMÉTICOS

- > Aprendemos a conocer y a escoger un perfume.
- > Elaboración de cremas y sales de baño.
- > La historia de los cosméticos: evolución, conocimiento, aplicación...

## TALLER DEL JUGUETE

- > Cómo se fabrica un juguete (vídeos didácticos).
  - > Etiquetado del juguete.
- > Fabricamos nuestro propio juguete y lo etiquetamos.

## TALLER DE COMERCIO JUSTO

- > Conocer el origen de lo que compramos.
- > Reflexionar sobre las condiciones de trabajo en algunos países del Sur.
- > Descubrir el papel que tiene el consumidor dentro del proceso de producción.

## TALLERES PARA PERSONAS ADULTAS

- > Análisis comparativos de alimentos.
  - > Pruebas ciegas de sabor.
- > La compra en el supermercado.



# I Concurso «Reutiliza y Juega»

Las Fiestas Navideñas, que cada año parece que empiezan antes, son fechas en las que el consumo excesivo está muy presente: todo el mundo come y bebe más de lo habitual, los regalos para amigos y familiares se multiplican, las calles de los pueblos y ciudades así como sus tiendas están muy adornadas, los niños/as disfrutan jugando con todos los juguetes que han recolectado en estas fechas..., en fin aparentemente todo el mundo está feliz y todo está muy guapo, pero no vendría mal reflexionar durante un minuto para darse cuenta de las consecuencias que acarrea todo esto para alguien tan importante o más que nosotros: EL MEDIO AMBIENTE, ese que nos rodea y en el cual vivimos todos los días, aunque muchas veces parece un extraño al cual no prestamos demasiada atención.

Pues bien, desde la **Oficina Municipal de Información al Consumidor y el Centro de Formación del Consumidor de Vegadeo**, hicimos este ejercicio de reflexión y tras pensar unos minutos, aparecieron en nuestras mentes montañas y montañas de papel, cartón, vidrio, envases de todo tipo..., que en nada se parecen a los paisajes navideños de las postales que enviamos estas navidades.

Con todo esto en nuestra cabeza, se nos ocurrió una idea fantástica. Con el patrocinio de la Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo del Principado de Asturias y la colaboración del Excmo. Ayuntamiento de Vegadeo, organizamos un Concurso con el siguiente título: «**REUTILIZA Y JUEGA**»



Aparentemente sonaba bien pero tendríamos que desarrollar esta idea. Por un lado íbamos a **REUTILIZAR** las montañas de basura y por otro lado íbamos a **JUGAR**, por eso el concurso iría dirigido a escolares desde educación infantil hasta sexto de Primaria. Se podían presentar tanto juguetes como juegos, todos contruidos exclusivamente con materiales reutilizados, quedando eliminados aquellos que no cumpliesen este requisito.



En la ficha técnica que acompañaría a cada juguete se detallarían los materiales utilizados en la construcción del mismo, así como las instrucciones de manejo y uso. Los alumnos/as de Educación Infantil, que siempre quedan un poco olvidados en los concursos, podrían participar presentando un trabajo por aula con ayuda de su tutora, mientras que los alumnos/as de Primaria presentarían trabajos de forma individual en cada una de las categorías (desde primero de Primaria hasta 6º).

Como todo concurso se establecieron unos premios: para las aulas de infantil 180 Euros por aula premiada, con un diploma y un obsequio elaborado con material de desecho para los alumnos/as ganadores y su tutora. El premio para los alumnos/as de primaria consistiría en 100 € por trabajo premiado (uno por cada categoría), diploma y obsequio para el ganador/a. Los premios no serían en metálico, sino canjeables por material escolar o deportivo.

Pues bien con estos datos, nos dispusimos a mandar la información a los centros escolares que durante el curso escolar habían visitado el Centro de Formación del Consumidor de Vegadeo. Transcurrido el plazo de presentación de los trabajos la sorpresa fue muy grata. Nuestra idea había conseguido sensibilizar a la población a la cual iba dirigida.

Se presentaron al concurso un total de 196 trabajos de una gran calidad, todo un éxito teniendo en cuenta que vivimos en la zona occidental de Asturias y los centros escolares están ubicados mayoritariamente en zonas rurales o villas pequeñas. Elegir a los ganadores iba a ser un trabajo bastante difícil pero merecía la pena examinar todos y cada uno de los juguetes. Esta aventura nos ayudaría a descubrir la imaginación de los niños/as y al mismo tiempo podríamos apreciar el trabajo de sus pequeñas manos.

Como queríamos que los niños/as fuesen los protagonistas de todo esto, elegimos un jurado infantil compuesto por un miembro de cada categoría (desde infantil 4 años hasta 6º de Primaria) y un jurado adulto. El jurado adulto valoraría las cuestiones más técnicas de los trabajos como la variedad de materiales utilizados, creati-







# Cuando la escuela abre puertas y ventanas al mundo

## Proyecto Comenius 1.1. de Educación del Consumidor

**Recuerdo de mi infancia aromas, sonidos, sabores, personas, acciones, gestos,... que hacen de mi vida un espacio bien referenciado, cuidadoso con el olvido, agradecido por lo vivido. Esa colcha bordada a mano, esos tarros de conserva que se usaban una y otra vez, la lechera para comprar leche, los envases retornables y la bolsa de tela para comprar el pan, las maderas siempre útiles hasta cuando solo servían para encender el fuego, y sobre todo la puerta de la casa siempre abierta y las ventanas para ventilar bien la casa, en verano más tiempo y en invierno lo imprescindible, las tenues luces que nos iluminaban, porque «corría el contador» y el agua de la fuente.**

Lo anterior quiere ser una aproximación a la vida en los pueblos, en muchos casos carentes de recursos pero siempre respetuosos con el medio, con lo poco de que se disponía. Es el punto de partida de un mundo que ha cambiado notablemente pero que ha de seguir siendo constructivo, respetuoso, solidario, compañero y abierto.

Mantener en el mejor estado la herencia de nuestros antepasados mirando al mismo tiempo al futuro me permite hacer referencias al título de este artículo, el recuerdo de puertas y ventanas abiertas de forma física y también con referencia a la necesidad de vivir, de nutrirse de experiencias lo más diversas posibles. Aprender para la vida, la apertura a la experiencia como eje vertebrador de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Los entornos rural y urbano presentan muchas similitudes entre sí pero también muchos elementos y circunstancias que los hacen bien diferentes, específicos y verdaderamente particulares; diferencias que van desde lo más fácilmente contrastable como el número de habitantes, los medios de vida, los servicios, la vivienda, el ambiente, el valor del tiempo, el mundo de las relaciones,... hasta aquellos que son menos apreciables pero que marcan el ritmo y definen ambos mundos, como el empleo del tiempo de ocio, el juego infantil, las alternativas, las motivaciones, el valor de las cosas, la calle,... y en gran medida la escuela.

En los últimos tiempos, el medio rural en general y la escuela rural en particular han evolucionado de forma rápida y sustancial; hemos de trabajar aspectos que les sirvan en su formación, como por ejemplo la educación del consumidor o la dimensión europea de la ciudadanía.

Nuestro Proyecto Educativo de Centro está impregnando de la filosofía anteriormente relatada unida a la necesidad de trabajar en materia de consumo, medio ambiente y energías a lo largo y ancho de nuestro currículo. Se trata de establecer programas, participar en acciones, convocatorias, ayudas,... relacionadas con la educación del consumidor y así dar sentido a nuestros grandes objetivos.

Desde hace mucho tiempo venimos trabajando estos aspectos, en este artículo nos vamos a centrar en la participación de nuestro centro en un programa europeo Comenius 1.1 llamado «Educación y consumo», que venimos desarrollando desde el curso 2.004/05. Nace a raíz de un Seminario que tuvo lugar en Santander en el mes de octubre de 2.003, a través del cual se constituye un grupo de 4 centros educativos:

**C.E.I.P. de Lourido. Poio. Pontevedra. Galicia. España.**

**4th Primary School Of Kos. Kos. Greece.**

**Agrupamento de Escolas de Apulia-AEA. Portugal.**

**C.R.A. «Oleana». Caudete de las Fuentes. Valencia. España.**



Ya en las primeras reuniones vemos la necesidad de construir una sencilla página web donde colocar todas nuestras experiencias <http://centros.edu.xunta.es/ceipdelourido/consumo>. La página web del proyecto es un escaparate donde compartir permanentemente las actividades desarrolladas, así como mostrar nuestro trabajo a todos los interesados en el tema.

Su página principal presenta a cada uno de los colegios integrantes del proyecto; a partir de ahí, en dos versiones (inglés y español) se accede a la ventana principal que da acceso a las diferentes partes de la página:

- > **Consume Cultura**, donde mostramos actividades realizadas en nuestros centros que tienen que ver con la cultura general, como un importante instrumento para saber más y mejor y crecer informados e informados.
- > **Comunicaciones**, donde colocamos enlaces a páginas que tratan de la educación del consumidor en particular y del consumo en general.
- > **Acciones**, donde están colgadas las acciones que dentro del proyecto llevamos a cabo con los miembros de nuestras comunidades educativas.
- > **Tablón de anuncios**, en el que colocamos noticias sobre diferentes momentos del curso escolar.
- > **Encuestas**, mostramos las actividades relacionadas con estadísticas sobre hábitos, preferencias,... con respecto a la publicidad, a la alimentación, etc.



**> Noticias.** En esta página desarrollamos aquellas actividades que, teniendo que ver con el consumo, son propias de cada centro. También mostramos los viajes realizados durante el proyecto (hasta el momento Galicia, Portugal y Valencia).

El proyecto ha permitido que grupos de profesores visitáramos las escuelas asociadas y realizáramos un trabajo conjunto que ha sido verdaderamente interesante y motivador.



En cada encuentro se realiza una parte institucional de visita a Ayuntamientos u otras instituciones, una recepción oficial en el centro donde se desarrollan talleres y actividades con el alumnado tales como la lectura de cuentos de los distintos países en sus lengua propias, preguntas por parte de los alumnos en inglés y en las lenguas propias de cada país, localizaciones geográficas, intercambio de regalos, plantación del olivo Comenius, como símbolo de nuestro proyecto; y siempre queda tiempo para visitas culturales y jornadas de trabajo en las que planificar las nuevas acciones que se van a proponer, evaluando las ya realizadas.



**José Viana Sánchez**

Director del Colegio Rural Agrupado «OLEANA»  
Caudete de las Fuentes y Aldeas de Utiel.

Una experiencia muy enriquecedora que abre puertas y ventanas a Europa en un proyecto común que nos une y contribuye a fomentar el sentimiento de pertenencia a esa gran Europa. Algunas de las actividades realizadas son las siguientes:

**> Estudio sobre la publicidad:** grabación de anuncios de la televisión en los distintos países y en distintos horarios y con la aplicación de unos sencillos cuestionarios sobre hábitos de consumo.

**> Recetarios de cocina:** Se ha realizado un recetario de comidas típicas de cada lugar en verano, Navidad, pascua o carnaval, ya que en nuestro proyecto se hace un trabajo muy interesante sobre la dieta mediterránea. Destacamos en nuestro centro la Mona de Pascua.

**> «Árbol Comenius»:** El «árbol Comenius» es una actividad común que surge en la reunión de trabajo llevada a cabo en Portugal en marzo de 2005 y que consiste en la plantación de un olivo en cada centro aprovechando las reuniones de trabajo que tienen lugar. El olivo es un árbol muy unido a la cultura mediterránea, que tiene una gran presencia en todos los países que participan en el proyecto y que tradicionalmente representa la paz, la concordia y el entendimiento entre pueblos.

**> Ciudad Ibera de Kelín.** Caudete de las Fuentes. Cada año se celebran las jornadas de puertas abiertas de la ciudad Íbera «Kelín», el colegio se transforma en un espacio en el que se realizan talleres de acuñación de moneda, escritura íbera, joyería, telares, elaboración de terracotas, vestidos, juegos, danzas, etc... incluyendo entre las actividades el desayuno saludable con aquellos productos que según las investigaciones formaban parte de la dieta de nuestros antepasados: frutos secos, manzanas, uvas, granadas, peras, miel, tortas de pan sin levadura, etc.: parte de nuestra dieta mediterránea.

**> Las Fallas:** celebración en nuestros auleros de la fiesta de las Fallas en las que se hace cada año alusión al consumo.

**> El centro participa en campañas de entidades públicas y privadas relacionadas con el consumo y con los hábitos saludables, algunas de ellas son:**

*Actividad sobre el consumo de frutas, patrocinado por la Fundación Ruralcaja.*

*Esta fundación colabora con el centro a través de su «Campaña para el consumo de frutas, verduras y hortalizas».*

*«El Bus del agua», patrocinado por la CAM que pretende ofrecer una visión sobre la gran importancia del agua y los riesgos de un consumo inadecuado de este bien.*

*Campaña de consumo de cítricos.*

*Campañas de consumo de leche y yogures.*

**> Carnavales:** Cada febrero realizamos una jornada de convivencia de todo el alumnado del centro para celebrar los carnavales. Todos disfrazados con materiales de desecho desfilamos por las diferentes localidades acompañados por la «Charanga» del CRA.

**> Desayunos saludables:** En el centro se realiza el programa de desayunos saludables que realizamos conjuntamente al menos una vez al trimestre. Basado en el consumo de frutas, zumos de frutas, lácteos, jamón serrano con pan y aceite de oliva y miel.

**> Los PUNTOS VERDES:** zonas en cada aulario habilitadas para recoger los residuos clasificados. Recogemos papel y cartón, plásticos, metales y tetra bricks, móviles, tóner y cartuchos de impresoras, pilas y restos orgánicos.

**> Los alumnado de 6º de Educación Primaria visitan el ECO-PARQUE de Utiel,** con el fin de conocer mejor la instalación, el servicio que ofrece y para sensibilizar a la Comunidad Educativa y por extensión a toda la población de la necesidad de clasificar los residuos en primer lugar y de controlar el vertido de los mismos.

**> Reutilización.** Realización de diversos talleres para la elaboración de materiales, juguetes, decoraciones, etc, aprovechando materiales de desecho.

**> El calendario del proyecto, para el curso 2.006/07,** con los días y meses en todos los idiomas, con dibujos de niños y niñas de los distintos países y con refranes propios de cada lugar.

**> Certamen literario,** este curso basado en la figura de Juan Amos Comenius.

**> Revistas, artículos, hojas informativas, ...** que dan difusión a nuestro proyecto.

**> Cuentos sobre consumo.**

**> Juegos de mesa** relacionados con el consumo y la dieta mediterránea.

**> Estudios del aceite, el vino y la miel** en los distintos países socios.

**> Y muchas más...**

Para finalizar, solo queda animaros a participar en experiencias como estas que dan mucho sentido a nuestro trabajo y nos permiten mirar e IR más allá. No dudéis en preguntar cuantas cosas queráis, pues de lo que se trata es de saber cuantas más cosas mejor.



# Consumo responsable... en el Seis

Nuestro trabajo en la red de educación del consumidor

Hace ya algunos años que en el Ceip: «Seis do Nadal» nos embarcamos en el tema de la educación para el consumo, intentando que nuestro alumnado y nuestra comunidad educativa, en general, fuesen cada vez más consumidores críticos, racionales y muy responsables. De ahí viene que nuestro proyecto se llamase así: «Consumo Responsable...en el Seis».

Mirando un poco hacia atrás y viendo todo el trabajo realizado, no podemos dejar de sentirnos orgullosos por la simiente que hemos sembrado en nuestro alumnado. Así vemos que para ellos el tirar el papel a la papelera de reciclaje es algo natural, en el recreo disfrutan de una alimentación bastante equilibrada trayendo bocadillos y fruta, cierran los grifos en los baños, compran en la tienda del Seis productos lo más sanos posibles, analizan la publicidad... etc.



La primera vez que participamos en el Concurso Europeo del Joven Consumidor, fue con un trabajo sobre la alimentación equilibrada, al año siguiente ganamos el primer premio de España en el nivel de primaria con el **euroteatro** – cuantas cosas aprendimos sobre Europa! –, Enseguida vino otro premio con la obra de teatro «**Juicio Sumarísimo en Etiqueta-landia**» y el trabajo trienal sobre: **consumir responsablemente papel en casa y en la escuela** que realizamos durante los tres primeros años dentro de la red de educación del consumidor.

Estamos en la actualidad trabajando el tema de consumo responsable con una clase de 5º de Primaria con muchas ganas de aprender y la tutora con muchas ganas de hacerles trabajar. Fue un curso muy intenso.

Sira Alves D y Anxeles Rivela M.  
Alumnado de 5º A.

Como el consumo responsable es muy amplio, entendido como la defensa de un consumo respetuoso con el medio ambiente –esencial para la vida del planeta– que al mismo tiempo respete los derechos humanos y combata la pobreza al distribuir los recursos de una forma racional, pensamos que para nuestro alumnado era un poco complicado y lejano y por eso decidimos acercarlo a su realidad cotidiana y que ellos, a partir de su propia experiencia, extrapolasen lo aprendido.

¿Que factores relacionados con el consumo responsable (CR) podemos trabajar en nuestra escuela?

Llegamos a la conclusión de que había múltiples aspectos, pero como era necesario elegir, acordamos trabajar:

**El papel.**

**La luz (las energías).**

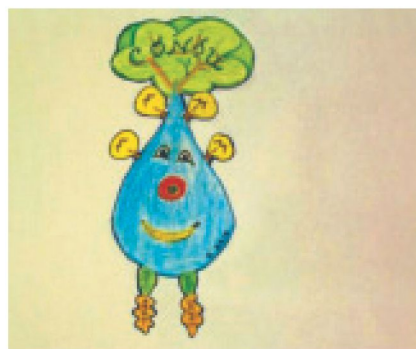
**El agua.**

**La alimentación.**

Había que hacer una mascota que fuera la que diese consejos dentro y fuera del cole. Se llevó a cabo un concurso de ideas y ganó **CONSU** una mascota que lleva dentro de sí estos cuatro apartados. **CONSU** ya forma parte de la vida de nuestra escuela.

## El papel

Como ya se había trabajado en otros cursos se hizo hincapié en el uso del reciclado en todas las dependencias del colegio, buscando y explicando que el papel se podía reciclar, que teníamos que evitar tirarlo con grapas, precintos, plásticos, etc y como utilizar correctamente nuestro contenedor, sin salir a la calle.



Una actividad muy lúdica fue el aprendizaje, un año más, de la elaboración y uso del papel reciclado. Cada curso realiza objetos más creativos: carpetas, portarretratos, cuadernos, etc.

Hicimos una exposición que fue muy visitada.

Siempre estaba presente **CONSU**, dando consejos para ahorrar papel.





## CONSUMÓPOLIS

Participamos en la primera edición de este concurso con dos equipos realizando dos juegos de mesa muy atractivos: **Haz juguetes**, y **consujuego**. Los niños y niñas del 2º ciclo jugaron mucho con ellos. Disfrutamos mucho pero... sino hubieramos tenido problemas con los ordenadores... podríamos haber ganado!! Para este curso lo intentaremos de nuevo.



## La luz ( Las energías)

Estudiamos las energías alternativas o renovables y dentro de éstas la hidroeléctrica que produce la luz que utilizamos en el colegio.

Nos reunimos en equipos que iban por las clases, en nombre de **CONSU**, para que no dejaran las luces encendidas al marchar, al ir al recreo que cerrasen las ventanas para no gastar más calefacción, etc.

Realizamos una encuesta sobre estos apartados a los niños y niñas de 2º y de 3º ciclo y después de estudiar los datos podemos decir que ya hay una posición más favorable a un consumo responsable que antes del trabajo.

Pero, por si acaso alguien no se hubiese dado cuenta pusimos un mural bien grande en la entrada con unos «consejitos» para ahorrar agua, energía y papel. La segunda parte de la campaña fué llenar todo de **CONSUS**: en las puertas de los cuartos de baño, en el comedor, en la secretaría, etc. A los que se le olvidaba le pegabamos un **Consu** con un consejo grande en la puerta de la clase..

## El agua

Con los problemas que tiene nuestro planeta con el agua, los niños y niñas de 5º A decidimos que esto teniamos que tomarlo

muy en serio. Y como estamos -según la ONU- en el **DECENIO INTERNACIONAL** nós **L DEL AGUA**, explicamos a nuestros compañeros como hacer para comenzar a ahorrar agua.

Realizamos un estudio<A[estudio|estudo]> importante sobre el agua en nuestra ciudad de Vigo, que recoge datos de los tres embalses, la potabilización, la distribución, los sumideros y la depuración.

Entramos en la **página web AQUALIA** y jugamos con Hidrolid a contestar preguntas sobre el consumo racional del agua. Había premio y todo. Trajimos los datos de casa y realizamos un cálculo de consumo en el hogar que introdujimos dentro de esta página web. Conclusión! gastamos más agua de la que deberíamos y es preciso controlarse.



Como siempre **CONSU** indicando como se debe actuar responsablemente en el cole y en casa.

## La alimentación

Realizamos un recorrido histórico a través de la cultura tradicional del pan y de las conservas tan tradicionales en nuestra ciudad. En la **Tienda do Seis** compramos alimentos para una dieta equilibrada, estudiando las etiquetas, sin dejarnos influir por la publicidad, que incide en que compremos unos determinados productos y marcas.

Más a fondo realizamos un análisis del etiquetado de una conserva y vimos que a veces falta mucha información.

En navidad y al final de curso hicimos unas «merendolas» muy saludables y naturales: sin conservantes, sin colorantes, sin saborizantes, etc y muy equilibradas alimentariamente. Nuestras familias colaboraron mucho mucho...¡Que bueno estaba todo!

## Exposición del trabajo a las familias y a los compañer@s

Esta parte fué la que más nos preocupó. Elaboramos un Power Point para que nos fuese más fácil la exposición y evitar ponernos nerviosos y después para nuestros compañeros y compañeras que intervinieron a continuación ya fue más fácil. Nos aplaudieron mucho, pero lo importante fue lo que aprendimos: que todos debemos de poner de nuestra parte para llevar adelante las cuatro «erres» del consumo responsable: **Reducir**, **Reutilizar**, **Reciclar** y **Reflexionar**. Nuestro planeta y nuestra sociedad nos lo agradecerán.



# Red de Comercio Justo de Castilla-La Mancha

La Red de Comercio Justo de Castilla-La Mancha es una entidad sin ánimo de lucro nacida en el año 2001, que agrupa las iniciativas nacidas en la autonomía con un perfil, sensibilidad y objetivos muy similares, para aunar esfuerzos y trabajar juntos en el ámbito del Comercio Justo y el Consumo Responsable.

Es, también, la primera coordinadora de tiendas y organizaciones de Comercio Justo creada en una autonomía.

## Su objetivos son:

- > Favorecer condiciones comerciales justas para los pequeños productores.
- > Promover un Consumo Responsable de los ciudadanos y las instituciones públicas y privadas.
- > Fomentar la financiación ética y la agricultura ecológica.
- > Contribuir al cambio de estructuras en las relaciones, actualmente injustas, Norte-Sur.
- > Impulsar la economía solidaria, y trabajar por todo aquello que suponga una transformación del actual modelo socioeconómico por otro equitativo, sostenible y solidario.
- > Velar por el cumplimiento y la difusión de las prácticas éticas recogidas del Comercio Justo y la Economía Solidaria.
- > Promover las relaciones estables, de carácter no competitivo, con otras organizaciones y/o colectivos.

## Una Red con muchos recursos

Además, dispone desde una Guía de Recursos Didácticos y una exposición hasta la edición de distintas publicaciones



Entre los recursos con que cuenta la Red de Comercio Justo y Consumo Responsable de Castilla La Mancha destacan la Guía de Recursos Didácticos, las publicaciones (revista, separata y boletín) y la exposición itinerante con paneles pedagógicos que ha recorrido ya numerosas localidades en la región y que, a su vez, está complementada por unas fichas didácticas para profesores y alumnos.



## Guía de recursos

Se trata de la primera recopilación que se realiza en nuestro país en materia de Comercio Justo y Consumo Responsable, un material elaborado por el Grupo Educación, en colaboración con el Centro de Profesores y Recursos de Alcázar de San Juan.

Esta guía didáctica se postula como una herramienta eficaz para el profesorado a la hora de impartir aquellas disciplinas en las que se integra, «Educación para el Consumo» y «Educación para la Paz».

El objetivo final que esta guía pretende es facilitar la toma de conciencia acerca de la necesidad de fomentar en la sociedad en general y en los jóvenes a quienes se destinan en la práctica los recursos recogidos en la guía en particular, valores democráticos y actitudes de respeto, solidaridad, tolerancia, libertad y responsabilidad, para que puedan entender el mundo en el que viven y afrontar los problemas que acucian a la sociedad actual.

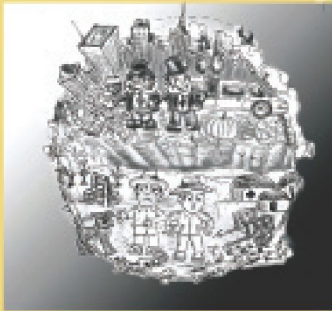
La guía se compone de un análisis de recursos didácticos de diferentes organizaciones, de juegos relacionados, de campañas relacionadas y de una serie de documentos para profesores.



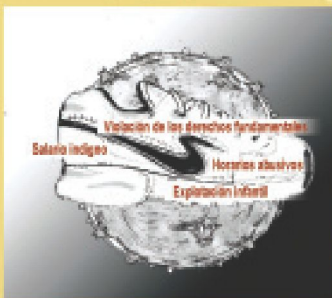
## PLANETA INJUSTICIA SOCIAL

5

Las desigualdades se habían convertido en norma en este planeta. Le iba a dudar ver que los enriquecidos nunca tenían suficiente mientras que los empobrecidos andaban con ganas de salir adelante.



Enseguida la zapatilla mía, me traba ahora su verdadera apariencia, llena de desigualdad e injusticia. Se había vuelto fina, y descolorida por las injusticias que acumulaba en cada uno de sus pliegues.



- Una obrera de "mike" de Indonesia tendrá que trabajar 21 siglos para conseguir lo que nosotros gana por publicidad en un año.
- La mitad del mundo se muere de hambre, la otra mitad de colesterol. (El Comercio Justo)

Red de Comercio Justo de Castilla-La Mancha



## Exposición itinerante

La Red presentó en la Feria Internacional de Comercio Justo celebrada en 2002 una exposición compuesta de 10 paneles, que nos introduce de forma amena y pedagógica en el Comercio Justo y Ético. Hasta la fecha este material de sensibilización y conocimiento, realizado en formato cómic, ha recorrido multitud de colegios, institutos, Casas de Cultura, asociaciones, actividades de solidaridad, etc. de las provincias de nuestra autonomía.

Pensamos que es hora de ampliar y profundizar en esta temática, abordando aspectos concretos. Por ello, a través de cinco nuevos paneles, se investiga la realidad que encontramos tras productos tan cotidianos para nosotros, como fundamentales para el Sur, como son: el café, el cacao y los chocolates, el azúcar de caña (o panela) y el té.

En esta ocasión, junto a nuestros compañeros de viaje Chispita y Murci, podremos seguir acercándonos y descubriendo la realidad de las gentes del Sur, del Comercio Justo y Responsable, y la forma en que podemos ser protagonistas de un cambio basado en la justicia y los derechos humanos y ambientales en nuestro planeta azul.

## PLANETA GRIS

3

Después llegaron a un planeta sin alas. La zapatilla pasó al lado de un viejo árbol, maltratado y triste, que contaba su historia a todo el que llegara.



Este viejo y maltratado árbol, mis hermanos ya no viven, y los árboles que crecen de mis alrededores se resaca al viento pasado.



Antes era divertido, animado, bello, alegre... Y ahora me siento por el aroma de los árboles.



Como los hijos de este planeta, mis hermanos ya no viven... Sus hijos, muchos nacieron. Después, los días se fueron y muchos árboles por el tiempo se fueron abriendo, los países, fueron los nuestros.

- La superficie de los árboles que desaparecen anualmente es de 170.000 km<sup>2</sup> (España tiene 303.000 km<sup>2</sup>).
- 10.000 personas mueren cada día por ingestión de agua contaminada.

Red de Comercio Justo de Castilla-La Mancha



## Fichas didácticas para profesores y alumnos

Se trata de un material que complementa la exposición, como apoyo para el profesorado y el alumnado. La intención es que este sector preferente como destinatario de la exposición cuente con una herramienta de seguimiento, ayuda y profundización de los distintos conceptos que son tratados.

Al mismo tiempo, contribuye a que su principal objetivo, dar a conocer el comercio justo y el consumo responsable, y concienciarnos en torno a este movimiento alternativo.

Este material se compone de :

- > **Ficha-guía para educadores y monitores** para la explicación de la exposición.
- > **Ficha-guía para alumnos y público receptor** con propuesta de actividades prácticas.



Para facilitar su distribución las imágenes de la exposición y las fichas didácticas están disponibles también en la página web de la Red ([www.comerciojusto.clm.org](http://www.comerciojusto.clm.org)) y en formato mini-CDs que distribuimos gratuitamente.

Para solicitar alguno de los materiales educativos de la Red: Telf: 687-723-468 (Manuel).



# Kontsumoa eta nagusiak

Desde la Dirección de Consumo y Seguridad Industrial del Gobierno Vasco, se apuesta fuertemente, desde hace 17 años, por realizar programas de formación abiertos a toda la población y adaptados a las diferentes necesidades de los distintos sectores de la sociedad. Así, son tres los programas existentes, los cuales año tras año son demandados por la ciudadanía: **KONTSUMOA ESKOLETAN, KONTSUMO GELAK Y KONTSUMOA ETA NAGUSIAK.**

Siendo los mayores un importante grupo de personas consumidoras, y siendo un colectivo que necesita una mayor protección, se lleva a cabo un programa dirigido a ellos y a ellas llamado KONTSUMO ETA NAGUSIAK.

## ¿En qué consiste el programa KONTSUMO ETA NAGUSIAK?

El programa KONTSUMO ETA NAGUSIAK es un programa ya consolidado que entra este año en su décima edición y que se desarrolla en diferentes Centros de personas mayores que así lo han solicitado a la Dirección de Consumo y Seguridad Industrial de Gobierno Vasco.

Se ofrece a los centros de mayores la posibilidad de recibir formación en su propio centro a lo largo de una semana.

Durante esta semana reciben información sobre los derechos y deberes que tienen a la hora de viajar, cómo usar los medicamentos correctamente, el significado de una dieta saludable, como actuar con seguridad en el hogar... temas que se van modificando y actualizando en función de las necesidades del momento.

## ¿Cuál es el objetivo de cada SEMANA del programa?

- > Ofrecer una información fiable acerca de los bienes y servicios disponibles en su comunidad, de forma que puedan elegir y actuar adecuadamente.
- > Dotarles de las habilidades necesarias para responder de manera responsable y crítica ante la sociedad de consumo actual.
- > Reflexionar acerca de temas actuales que hacen referencia a cuestiones de su interés: salud y alimentación, productos milagro, viajes promocionales, medicamentos, medidas de autoprotección...

## ¿Qué actividades comprende cada semana del PROGRAMA?

En cada centro participante se desarrollan cinco actividades:

Dos CHARLAS sobre diferentes temas escogidos desde el centro. Para dar estas charlas formativas se cuenta con personas expertas en los diferentes temas ofrecidos.



Una vez realizada cada charla se realizan dos AULAS FORMATIVAS en las que se trabajan de una forma dinámica y participativa los contenidos expuestos. La forma de llevar a cabo estas aulas incluye desde debates hasta simulación de casos. Se trata sobre todo de conseguir que la asimilación de los diferentes contenidos resulte amena e invite a la participación.

Por último, se realiza una visita a un centro de producción o de servicios.

Los temas sobre los que se trabajan son:

1. Consumo y medio ambiente
2. Alimentación y nutrición
3. Derechos de la persona viajera
4. Derechos de la persona consumidora y usuaria
5. Servicios telefónicos e Internet
6. Servicios bancarios
7. Ventas fuera del establecimiento comercial y productos milagro
8. Ventas, publicidad y etiquetado de productos
9. Servicios de asistencia técnica
10. Seguros más comunes
11. Medicamentos y automedicación en la tercera edad
12. Agua y electricidad. Consumo y ahorro
13. Garantías de los productos
14. En esta edición se ha añadido un tema nuevo «Seguridad de las personas mayores», tema que está siendo muy demandado

Los temas que cuentan con una mayor demanda por parte de los centros son aquellos que tienen una mayor relación con el ámbito de la salud: «Medicamentos, automedicación y medicamentos genéricos», «Alimentación y nutrición» y «Seguridad de las personas mayores».



En cuanto a las visitas a centros de producción, su objetivo es acercarles a centros productivos de bienes y servicios para que comprueben in situ los productos que generan, aspectos más relevantes de su proceso de producción y su modelo organizativo. La visita se enmarca dentro de una perspectiva de promoción y defensa de sus intereses como personas consumidoras remarcando los aspectos de calidad, servicio, distribución y atención a la persona.

A lo largo del primer semestre del año 2006 se ha acudido a 14 centros y se han realizado 28 conferencias, 28 aulas formativas y 12 visitas guiadas y han participado un total de 1.636 personas.

### ¿Qué destacan los participantes en las visitas? Centro Comercial Carrefour Sestao

(Centros participantes): «Centro de Tercera Edad-Hogar del pensionista de Sestao», «Hogar del Jubilado y pensionista de Artziniega» y «Centro de Tercera Edad de Barakaldo»

- «En estas visitas, se nos mostraron tanto las instalaciones del Supermercado como sus almacenes. Además tuvimos la oportunidad de conocer el proceso de producción y envasado de varios productos perecederos (pan, pasteles, embutido...)»
- «los almacenes y el funcionamiento interno del centro, que es lo que habitualmente no vemos»
- «el funcionamiento del supermercado y la elaboración de los productos».
- «la elaboración de productos de pastelería y panadería».



### MERCABILBAO

(Centros participantes): «Centro Social Buena Vista» de Portugalete y «Jubilados y pensionistas de Abando».

- «Tuvimos la oportunidad de conocer las diferentes instalaciones del mercado (cámaras, puntos de venta...) y se nos explicó su funcionamiento. Conocimos varios productos desconocidos para nosotros hasta ese momento, como frutas y verduras que hasta hace poco no se comercializaban aquí y pudimos ser testigos de una mañana de trabajo en Mercabilbao».
- «Destacan «el trato recibido, así como los productos que no conocían y la organización del mercado».



### Ingurugiro Etxea y Vertedero de Lapatz

(Centros participantes): «Asociación de Amigos de los Mayores. Club Mixto de Mayores» de Bilbao.

- «En el Vertedero de Lapatz tuvimos la oportunidad de conocer el proceso al que se somete la basura, viendo primero un video y recorriendo el vertedero después. Por otro lado, en la Ingurugiro Etxea vimos una exposición sobre los recursos naturales del planeta además de recorrer las diferentes áreas sobre medio ambiente.»

### IPARLAT-KAIKU

(Centros participantes): «Lagun Zaharrak Elkargoa» de Plentzia, «Hogar de Jubilados y pensionistas Txokoberri» de Donostia-San Sebastian.

- «La cantidad de leche que se produce en el País Vasco» les llamó mucho la atención.



### BAQUE

(Centros participantes): «Club de Jubilados BBK de Gallarta y de Ortuella».

«El proceso de tueste de café y el proceso de producción de café en general»



### Kontsumo Gelak (Vitoria-Gasteiz y Bilbao)

(Centros participantes): «Centro sociocultural de mayores de Arana (Vitoria-Gasteiz), «Club de Jubilados de Aranguren», «Club de Jubilados BBK de Muskiz».

- «Las dinámicas elegidas para trabajar los contenidos han sido muy interesantes. Y sobre todo en aquellos en los que han podido elaborar un producto final: una pizza, magdalenas, ...».



# Formación a todos los niveles

**Uno de los objetivos primordiales de las Escuelas de Consumo es el de facilitar la formación en habilidades y recursos en materia de consumo a los consumidores, desde edades tempranas hasta las edades más avanzadas y poner a su disposición los medios necesarios.**

Nuestro trabajo no se centra únicamente en los escolares, abarcamos todos los sectores de población y de forma especial aquellos más vulnerables y que menos formación reciben, como el la Tercera Edad.

Desde nuestros comienzos en el año 2002, hemos desarrollado un amplio programa educativo e informativo consistente en charlas, coloquios y talleres relacionados con el etiquetado de los alimentos, el ahorro de agua, el reciclaje, la alimentación saludable, los timos en telefonía, cómo efectuar una reclamación, las ventas a distancia...



Todas estas actividades se han programado directamente con la Junta Directiva del Hogar del Pensionista, que nos ha trasladado los temas de mayor interés entre su colectivo.

De igual manera, la Asociación de Amas de Casa, Consumidoras y Usuaris de la localidad, nos ha hecho llegar una serie de propuestas formativas para ser trabajadas tanto con sus asociadas, como con el resto de la población adulta de la localidad.

Entre las actividades realizadas se han impartido dos charlas-coloquio sobre los «Derechos básicos de los consumidores en las ventas a distancia y en los servicios bancarios» y también otras relacionadas con la alimentación saludable («La dieta mediterránea»), con los servicios profesionales a domicilio (fontanería, electricidad, gas...) y con la interpretación de los recibos y facturas domésticas más comunes (teléfono, electricidad, gas y agua principalmente).

En ellas se han trabajado aspectos relacionados con estos temas a fin de proporcionar a los participantes información y formación para evitar problemas relacionados con los mismos, ante el aumento de reclamaciones en ambos campos en los últimos años.

También han participado Asociaciones Locales de Amas de Casa de la comarca, como Cáceres, Valdesalor y Plasencia y de forma especial mantenemos informada a la Federación Extremeña, para que difunda nuestras actividades entre sus asociadas.

Formación y Empleo van de la mano y ha sido en la Escuela Taller «Los Riberos» de Casar de Cáceres, donde hemos impartido sesiones formativas tanto a alumnos como al profesorado. Entre los temas trabajados ha estado el de la educación para el consumo, los servicios profesionales a domicilio, la importancia del reciclaje en el centro de trabajo...

Finalmente en este último trimestre del año, realizaremos una nueva edición del curso de «Mediador en Educación para el consumo», este curso dirigido a jóvenes y adultos de la localidad tiene como base formativa el conocer diferentes aspectos relacionados con la vivienda, la telefonía móvil, la Ley de Garantías, el reciclaje....

Es la tercera edición de curso muy demandado entre la población y que año tras año venimos realizando asiduamente.

**Carlos Carretero Mendoza y Victoria Moreno Díaz.**  
*Técnicos de la Escuela de Consumo.*





# 2º Encuentro Europeo de Profesores de la Red E-CONS

La Escuela Permanente de Consumo de Jerez de los Caballeros, conjuntamente con las Escuelas de Coria, Miajadas y Casar de Cáceres, así como personal de la Dirección General de Consumo y Salud Comunitaria y el Director del C. P. Ntra. Sra. del Socorro de Palomas, han participado en el 2º Encuentro Europeo de Profesores de la RED E-CONS, celebrado en Roma (Italia), durante los días 26,27 y 28 de Octubre.



En dicho evento han participado en torno a 200 profesores de más de 20 países Europeos, con la finalidad de dar a conocer todos los proyectos que están en marcha dentro de la Red Europea de Educación del Consumidor, incluidos en el programa Comenius 3. La finalidad de este programa es implicar al mayor número posible de participantes (Colegios, profesores y alumnos), de todos los países socios de la Red para trabajar en torno a un tema que pueda resaltar la importancia del binomio consumo-salud, calidad de vida y desarrollo sostenible. Cada uno de estos proyectos lo deben llevar a cabo un mínimo de tres países socios, intercambiando experiencias, desarrollando actividades de forma conjunta y visitando cada uno de los países socios, implicados en el proyecto.

Cada una de éstas experiencias ha suscitado un debate en torno al modelo de educación del consumidor que se debería impartir en esta sociedad consumista, concluyendo en una premisa común: la importancia y necesidad de una educación globalizada, donde debe estar integrada la educación del consumidor desde la infancia y en la Escuela.

A lo largo de estos tres días de encuentro, se han presentado más de 40 comunicaciones, dando a conocer todos y cada uno de los proyectos que se están realizando en este Comenius 3, que termina el próximo año.

También ha sido un foro importante para dar conocer estos proyectos, ofertarlos a todos los países presentes y poder adherirse a alguno de ellos; con unos resultados altamente satisfactorios por el gran número de operaciones que se han realizado.

Al igual que el encuentro del año pasado, desde Extremadura se han presentado las Escuelas Permanentes de Consumo, pioneras en la Educación del Consumidor en nuestro país, como modelo de centro permanente para la educación del consumidor desde la Infancia.

La presentación del proyecto, en esta edición, corrió a cargo de Paula Díaz Rosas, profesora de la Escuela de Miajadas. Presentó una de las actividades realizadas en esta Escuela: «Garabatos. Tu campamento urbano». Esta actividad consiste en la realización de actividades de educación para el consumo en la calle, preferentemente durante el verano, cuando el número de actividades ofertadas para los niños son menores.



Como en otras ocasiones, esta actividad, tuvo una gran aceptación entre todos los presentes, en parte quizás, por la metodología utilizada en estos escuelas: eminentemente práctica, considerando que el consumo es algo real que está presente de forma activa en todas las acciones de la vida, partiendo siempre de cualquier acción de consumo cotidiana y aplicada al desarrollo activo del taller, contemplando las diversas situaciones en las que un consumidor se pudiese encontrar.



# Un juego accesible a todos




**El Portal *Consumadrid*, de la Comunidad de Madrid, incluye un juego de mesa diseñado para usuarios de primaria y secundaria cuyo propósito es adquirir conocimientos sobre distintos aspectos de consumo. Se describen el tipo de cuestiones que desarrolla el juego, indicándose su localización en la red.**

Cualquier medio es útil para ofrecer información sobre los extensos aspectos del consumo. La Comunidad de Madrid trata de abarcar los distintos temas de ese espectro en *Consumadrid*, el portal de la Comunidad de Madrid dedicado a atender los problemas del consumidor. Aunque esta página de la red es, fundamentalmente, un dispositivo de información y servicios dirigido al consumidor adulto, también cuenta con apartados dedicados a la población escolar. Un elemento destacable entre los materiales educativos destinados a los más pequeños es *El juego de Consumi*, un juego de mesa para chicas y chicos en edades comprendidas entre los últimos cursos de primaria y los primeros de secundaria.

El juego, cuyos materiales pueden descargarse del Portal del Consumidor de [www.madrid.org](http://www.madrid.org), surge de un trabajo original elaborado por un grupo de alumnos de cuarto curso de secundaria de la Escuela Santísimo Sacramento, de Madrid, que fueron ganadores del concurso escolar *Consumo Responsable 2005/2006* en la fase autonómica. A partir del juego preparado por estos chicos, los colaboradores de *Consumadrid* han realizado las modificaciones que han juzgado oportunas para dar lugar a *El juego de Consumi*. Esta pretende abarcar una amplia gama de problemas relacionados con el consumo y de buenos hábitos que merecen ser practicados, mostrándolo a través de unas preguntas muy claras, en general sencillas pero más complicadas en ciertos casos.

El juego propone realizar un recorrido a lo largo de un conjunto de casillas, distribuidas según los meses del año, en las que se describen actos de consumo relacionados con cada etapa. Al jugador se le aplican determinadas normas en virtud de la casilla donde caiga cada jugador. En general, tras cada movimiento, recibe un estímulo o una penalización. El estímulo toma la forma de una aportación de dinero en forma de *euroconsumis* o consiste en continuar avanzando a lo largo del camino siempre que se acierte la correspondiente pregunta sobre consumo. También hay penalizaciones que resultan de caer en determinadas casillas donde se describen actos de consumo irresponsables como, por ejemplo, «Olvidaste guardar el tique de compra; no puedes reclamar».

El juego, manteniendo la estructura clásica de estos entretenimientos propios de nuestra tradición, permite compartir momentos cuyo grado de diversión dependerá en buena medida de quien lo dinamice o, directamente, del estado de ánimo de sus destinatarios. Pero, en su sencillez, es una buena forma para interiorizar y recordar ideas que previsiblemente ahorrarán problemas al joven consumidor y contribuirán a su toma de conciencia respecto a que existe un campo de la realidad social, el *consumo*, que implica bastantes más cuestiones que la mera situación de consumir sin reflexión.

 <p>¿Qué significa este símbolo?</p> <p>a. Producto tóxico. b. Producto explosivo. c. Producto inflamable.</p>	 <p>¿En qué productos aparece este símbolo?</p> <p>a. En todos aquellos originarios de Costa. b. En todos los productos que se ajustan a las normas de calidad y seguridad de la Unión Europea. c. En todos los productos que se venden en Europa.</p>
 <p>¿Qué significa este símbolo?</p> <p>a. Producto tóxico. b. Producto peligroso para el medio ambiente. c. Producto explosivo.</p>	<p>¿Qué quiere decir P.V.P.?</p> <p>a. Punto de Venta al Peso b. Producto de Venta al Público c. Precio de Venta al Público</p>
<p>¿Cuándo una tableta de chocolate ya no es una tableta de chocolate?</p> <p>a. Cuando su contenido en cacao sólido es inferior al 35%. b. Cuando su contenido en cacao sólido es inferior al 70%. c. Cuando no lleva leche en su contenido.</p>	<p>¿Cuándo decimos que un producto es 'light'?</p> <p>a. Cuando no tiene calorías. b. Cuando tiene menos calorías que el producto original. c. Cuando tiene muchas calorías.</p>
<p>¿Qué tipo de carne puede contener una salchicha?</p> <p>a. Todo tipo de carne excepto cerdo. b. Carne de cualquier tipo de animal. c. Todo tipo de carne excepto cordero.</p>	<p>De estos productos, ¿a cuál es más frecuente que se incorporen aditivos?</p> <p>a. Zumos naturales. b. Latas de conserva. c. Frutas del tiempo.</p>
<p>¿El jamón de Jabugo tiene que ser realmente de la zona de Jabugo?</p> <p>a. Sí. b. No. c. Es indiferente.</p>	<p>Si te compras un móvil, ¿qué garantía tiene?</p> <p>a. 2 años. b. 3 años. c. 1 año.</p>

## Las preguntas de *El Juego de Consumi*

Algunas plantean el significado de cierto símbolos como los que representan productos tóxicos, productos peligrosos para el medio ambiente o el indicativo de que el producto se ajusta a las normas de calidad y seguridad de la Unión Europea.

- > Otras tratan sobre el significado de términos como «light» o «bajo consumo».
- > Hay preguntas sobre el contenido de determinado elemento en la composición de un alimento o la duración de determinadas garantías.
- > Están las que interrogan sobre plazos obligatorios tales como los que deben cumplir los servicios técnicos para el suministro de piezas.



>Un grupo de preguntas se orienta a la clasificación y correcta eliminación de residuos.

>También hay preguntas conceptuales como: «¿Qué es la publicidad encubierta?» o «¿Qué es un producto transgénico?»

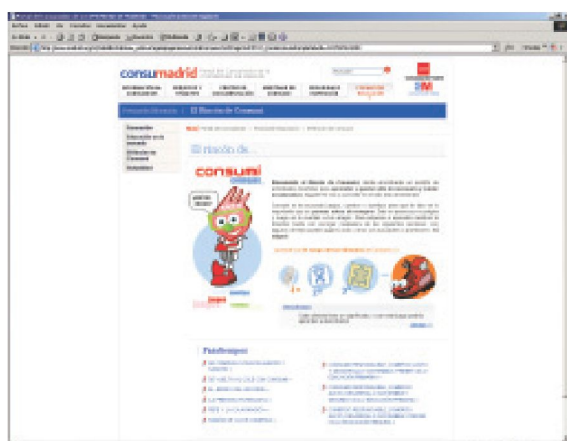
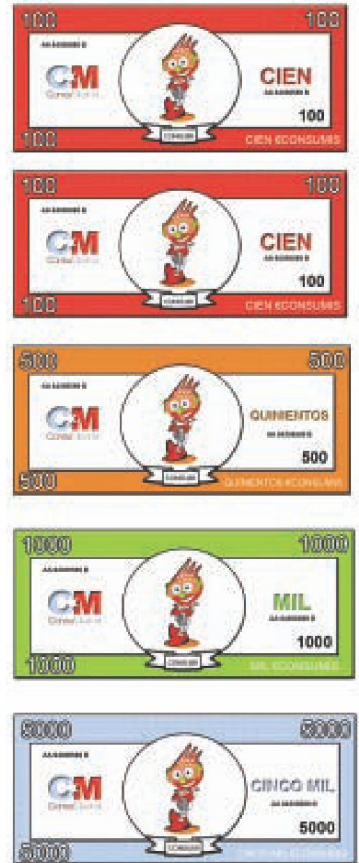
>Varias están referidas a los derechos del consumidor en situaciones muy específicas tales como viajes o situaciones que afectan a la seguridad del usuario.

>También se abordan cuestiones sobre conveniencias nutricionales.



La principal ventaja de este juego es la facilidad con que se descarga del sistema, pudiendo obtenerse la reproducción impresa del tablero en color o en blanco y negro. Naturalmente, después queda una sencilla tarea manual por realizar para lo que basta con la simple ayuda de unas tijeras, pegamento o celo y un dado. Los perfeccionistas pueden pegar el tablero y las fichas sobre una cartulina, con lo que podrán impresionar a sus amigos. También esto puede resultar en un motivo de participación y actividad en grupo.

Lo importante es crear medios a los que los más jóvenes pueden acceder para conocer la complejidad y la mejor forma de ejercer el consumo. Pero también ayuda mucho que algún adulto: padre, madre, educador, les estimule a ello dadas las dificultades que nuestros jóvenes parecen tener cada vez más para disfrutar de lo lúdico-informativo por sí mismos. Pero ese, aunque trascendental, es otro problema.



### Para acceder a *El juego de Consumi*

En cualquier buscador se selecciona *Consumadriid*. Una vez en el portal se elige *FORMACION EDUCACION* y se pincha en *El Rincón de Consumi*, donde figuran todos los juegos y pasatiempos para los más jóvenes, entre ellos *EL JUEGO DE CONSUMI*.

También puede entrarse en [www.madrid.org](http://www.madrid.org), desplegando la ventana superior llamada *Accesos directos* y elegir *Consumo*, opción que da acceso directo al Portal de consumidor *Consumadriid*.



# Actividades de educación para el consumo en el C.P. Jerónimo Blancas y Tomás de Zaragoza, curso 2005-2006

El C.P. Jerónimo Blancas y Tomás, es un centro docente ubicado en Valdefierro, un popular barrio de Zaragoza. Tiene un alto porcentaje de alumnos provenientes de distintos países. Perteneció a la Red de Educación del Consumidor y realiza actividades de consumo desde el año 1998. En el Proyecto realizado «LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMIDOR», han participado 234 alumnos, 20 profesores y en actividades puntuales han colaborado sus familiares.

El Proyecto que se inició en el año 2005 tiene como principales objetivos:

- > Aprender adecuadamente los recursos económicos que disponemos y aprender a valorar las necesidades básicas y prescindir de lo que realmente no es necesario. **Valorar la economía familiar y saber el valor de las cosas.**
- > Sensibilizar la **conciencia ecológica**, fomentando actitudes positivas hacia los envases más ecológicos, los reutilizables, retornables, reciclables,.... Adquirir y consolidar **vocabulario**. Aprender a **ahorrar y administrar** los recursos de la naturaleza.
- > Mejorar los **hábitos alimenticios** de nuestros alumnos a través del conocimiento de los productos que consumimos y estudio de etiquetas.
- > Saber **analizar críticamente** las noticias de la radio, televisión y prensa. Así mismo, comprender los mensajes que nos transmiten los anuncios.
- > Dar a conocer de una manera didáctica los aspectos esenciales de la **legislación sobre el consumo** y sensibilizar a la comunidad escolar sobre sus derechos como consumidores y usuarios.
- > Impulsar la organización de actividades, vinculando la educación para el consumo con **las celebraciones del colegio**: Navidad, Carnaval, Jornadas culturales, ...



«Del mismo modo que en los años anteriores, hemos trabajado las actividades sobre consumo, implicando a todos los alumnos del Centro, <<Educación Infantil y Primaria (1º, 2º y 3er. Ciclos)>>, con la participación de todos los profesores, además de los padres y madres que colaboran en el Colegio. En definitiva toda la Comunidad Educativa».



La idea fundamental del centro fue la de llevar a cabo actividades y talleres dentro de un MACRO PROYECTO, con el nombre genérico «LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMIDOR».





Las actividades las incluimos en el Proyecto Educativo de Centro y en los Proyectos Curriculares, como temas transversales a desarrollar en todas las áreas, persiguiendo como fin último la educación integral de nuestros alumnos y su formación como **ciudadanos críticos y responsables** ante el fenómeno del consumo.

### Actividades desarrolladas

#### LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMIDOR

##### Navidades solidarias.

Taller de decoración Navideña.  
Reciclado y consumo responsable en Navidad.  
Taller de cortinas. Recicleta.

##### Taller: Derechos del consumidor.

Presupuesto familiar.  
Preparación del consumidor (recibos).

##### Taller publicidad:

Envases, etiquetas, anuncios.  
Publicidad en Televisión y protección del niño.  
Navegar seguro en Internet.

##### Taller de elaboración de recetas.

Desayunos saludables.  
Cuidamos nuestra salud.



Los alumnos además de **sensibilizarse con la influencia de la publicidad, el consumo responsable, el cuidado del medio ambiente, el respeto a la naturaleza y el equilibrio sostenible, las formas sanas de vida ...**, han continuado realizando las prácticas con estudio de etiquetas, manipulación de productos, llevar una economía familiar, aprender a comprar productos saludables y nutritivos etc,



# La Dieta Equilibrada: la importancia del desayuno

Breve exposición del Proyecto de Consumo del I. E. S. «Claudio Prieto» de Guardo (Palencia), por M<sup>a</sup> Ángeles Reyero Rodríguez. Master en Nutrición y Dietética. Coordinadora del Proyecto.

Siempre me he preguntado qué relación hay entre la alimentación y el rendimiento escolar, pero sobre todo después de realizar un test a cada alumno/a, en el que se recogió el aporte calórico ingerido durante tres días seguidos desde el desayuno hasta la salida de clase, así como algunos datos sobre hábitos alimenticios y observaciones sobre lo que desayunan: poco o nada con ingestas en nutrientes excesivamente calóricos (bollería), potenciado por los anuncios de televisión; las raciones no son las adecuadas; tienen apetencias y aversiones peculiares (toman «chucherías», comen poca fruta, e incluso llegan a una distorsión de su propia imagen).

Desde el año 1997 que empecé a preocuparme por este tema, he trabajado con **alumnos de Segundo, Tercero de la ESO y Diversificación**, del I. E. S. «Claudio Prieto». Son alumnos con **edades** comprendidas entre 12 y 14 años, algunos con 15; la **altura** media en los chicos es de 1,56 cm (1,49cm - 1,86cm) y en las chicas de 1,52 cm (1,40 cm - 1,75 cm); en cuanto al **peso**, en los chicos 47,17 Kg. (32kg - 74kg) y en las chicas 45,8 Kg. (35kg - 59,8kg).

Pero lo más significativo fue cuando se calculó el **IMC** (índice de la masa corporal) donde un 13% estaban por debajo de lo recomendado, un 43% en el peso normal y un 7% presentaban problemas de sobrepeso y obesidad. No obstante, al preguntarles su opinión sobre los datos obtenidos, casi todos consideraban que debían adelgazar. Esto nos indica que ven su imagen distorsionada.

## IMC

15 - 20	13%
20 - 25	43%
25 - 30	7%
30	7%

A la vista de los datos anteriores, me planteo conseguir los siguientes **objetivos**:

1. **Conocer su dieta**, para ello deben calcular, clasificar y valorar los nutrientes que la componen.
2. **Analizar y valorar la alimentación sana y equilibrada**, comparada con la dañina o comida basura.
3. **Crear hábitos nutricionales saludables** o mejorar los ya existentes, pues éstos se adquieren desde la infancia y requieren un aprendizaje.
4. **Diseñar una investigación cuantitativa**

para conocer los productos más adquiridos por el grupo de alumnos y desarrollar una capacidad crítica.

5. **Analizar los valores de la sociedad de consumo** que se desprenden, a partir de la presentación de los distintos anuncios publicitarios, de las imágenes y textos de los mismos.

6. **Habituarse al alumno a un sistema de estudio más científico** y también más crítico.

7. **Favorecer su capacidad de organización** de trabajo en distintos niveles: individual, dentro de grupos reducidos (estimulando el debate y la cohesión en la elaboración de trabajos de grupo) y en el conjunto de la clase (recogiendo aportaciones y transmitiendo conclusiones).

8. **Impulsar la utilización de nuevas tecnologías** visitando diferentes páginas web.



Para la consecución de los mismos se siguió el siguiente **proceso**:

1. **Elaboración de tres dietas en días consecutivos**, dando sobre ellas su opinión.

2. **Realización de cálculos nutricionales** analizando la proporción de nutrientes que contienen los alimentos incluidos en dichas dietas. Clasificación de los nutrientes según su naturaleza química, manejando las tablas de composición de los alimentos y relacionándolos con las funciones que desempeñan en el organismo.

3. **Valoración de las dietas elaboradas**, destacando los aspectos nutricionales, reforzando conceptos y constatando sus errores, para poder rectificar las deficiencias o excesos encontrados. Se hizo especial hincapié en el desayuno y sobre todo en las «chucherías» que ingerían en los recreos donde observamos que no tenían un etiquetado correcto o carecían de él, por lo que no pudimos hacer la valoración nutricional.

4. **Conocer el etiquetado de los productos adquiridos** por los alumnos en el recreo.

5. **Selección de anuncios de TV y de frases cotidianas** con falsas creencias.

6. **Utilización de material de apoyo** como collage, fotos y páginas web.

Se les entrega información nutricional y se les dan las siguientes explicaciones básicas sobre la **dieta equilibrada**:

- > Todos los escolares necesitan en esta época de la vida una alimentación más energética, pero sin olvidar que **el desayuno** tiene unas características especiales, no solo porque el horario escolar es estricto, con una jornada lectiva de ocho y media a dos y media (seis horas en el centro), sino porque el trabajo psíquico y físico es mayor y más continuado en dichas horas.



> **La dieta del escolar** en estas edades debe aportar suficiente cantidad de calorías, debe cubrir el metabolismo basal, la actividad física y el crecimiento.

> **Las necesidades energéticas** oscilan alrededor de las 100 calorías por Kilogramo de peso y día; de esta cantidad, un 70% se aplica para cubrir las necesidades basales (metabolismo basal) y el resto se dedica a las necesidades para el crecimiento y la actividad física; las cantidades de vitaminas, oligoelementos y minerales, sobre todo el calcio, fósforo y el hierro deben ser adecuadas, para el desarrollo del tejido óseo y del sistema nervioso central. Las vitaminas liposolubles (A y D) y la vitamina C son indispensables para el normal crecimiento de los niños y adolescentes. El ácido fólico desempeña un papel en el metabolismo de los neurotransmisores (Serotonina) y favorece un mayor acierto en los test.

> Para valorar las necesidades energéticas totales del cuerpo humano, hay que tener en cuenta la **ración alimenticia** sin olvidar la **actividad física**. Una buena alimentación debe ser equilibrada y completa, deben estar presentes todos los grupos de alimentos y cubrir todas las necesidades del individuo. - Los niños necesitan al menos de cuatro comidas diarias con un reparto aproximado de calorías:

Desayuno	Comida	Merienda	Cena
25%	30%	15-20%	25-30%

> **Los hidratos de carbono** deben representar el 55% de la dieta, son nutrientes que proporcionan fundamentalmente energía y se encuentran en los alimentos en forma de polisacáridos, los cereales, la pasta, el pan, las galletas, el azúcar, etc. **Las grasas** deben representar el 30 % de calorías, son también alimentos energéticos y es importante su presencia, pues son el vehículo de las vitaminas liposolubles (A, D, E) fundamentales para el crecimiento de los niños. **Las proteínas** deben representar un 15% de la dieta, teniendo la particularidad de que al no almacenarse, su ingestión debe ser diaria.

> **El desayuno** debe incluir, leche, cereales o pan con aceite, fruta y alguna proteína diferente de la leche como jamón, chorizo, pechuga de pavo etc. que puede estar presente en el bocadillo del recreo.

### Valoración de los alumnos

> El proyecto resultó interesante por las numerosas preguntas que hacían a lo largo del proceso. - Consideraron que el trabajo de la elaboración de la dieta fue excesivo por los numerosos cálculos que hacían de los nutrientes.



> Valoraron positivamente el aprendizaje por el dinamismo de trabajo y su aplicación en la vida diaria, sabiendo interpretar y valorar su dieta, reconociendo los errores que cometían.

> Adquirieron los conocimientos suficientes para elaborar una dieta saludable y poder aportar a sus familias lo aprendido, mejorando los hábitos nutricionales.

### Conclusiones obtenidas

1. Solamente un 42 % tiene un aporte calórico adecuado en la ingesta del desayuno.

2. Más del 12% de los niños acude al centro sin desayunar, esto implica un aumento de la insulina y llegar a la hora de la comida con ansiedad.

3. Para la mayoría, el desayuno consiste en un vaso de leche azucarada acompañada de galletas, bollo o pan.

4. Solamente un 8% toma zumos de frutas y un 3% alguna pieza de fruta entera.

5. Un 72% come alguna chuchería, bien gominolas, chicles, gusanitos, más las niñas que los niños a lo largo de la mañana, favoreciendo este consumo la caries dental.

6. Se aprecia un porcentaje elevado en el consumo de bollería (aumento de grasas saturadas). Y una deficiencia en proteína diferente de la leche, solo un 42% la toman en el bocadillo.

7. Dedicar menos de diez minutos al desayuno, se alimentan de forma deficitaria en nutrientes y calorías.

8. Los padres olvidan hacer un seguimiento de lo que consumen sus hijos en horario escolar.

9. Realizan pocas actividades al aire libre, sobre todo por la climatología, como consecuencia más horas de sedentarismo, dedicadas a TV, ordenador, juegos (menos gasto calórico).

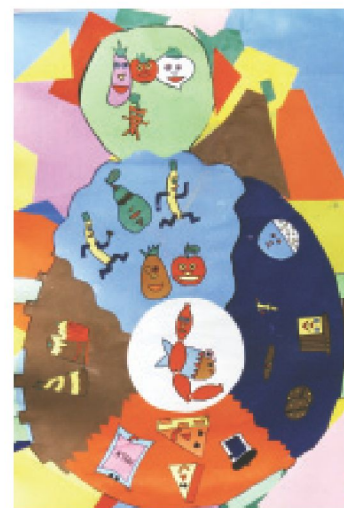
10. Un porcentaje elevado duerme menos de nueve horas.

La respuesta endocrina de un estudiante en la jornada lectiva puede estar afectada porque haya desayunado bien o no; el cortisol, es una hormona de alerta y ejerce efectos importantes sobre el metabolismo de las proteínas, glúcidos, lípidos y las variaciones en el estado de ánimo, tiene un ritmo circadiano y su pico se encuentra entre las 7 y las 8 de la mañana, si no hay aporte de nutrientes baja la concentración de glucosa e implica una hipoglucemia. También es frecuente que los escolares estén sometidos a situaciones de estrés por exámenes, etc. las catecolaminas, también están implicadas en la activación, inhibición o modulación de los mecanismos centrales del sistema nervioso e influye en la memoria y aprendizaje entre otros.

Por todo ello, es normal con estos datos, que la mayoría de los alumnos baje su rendimiento escolar a lo largo de la mañana, por falta de concentración (relacionado con la falta de glucosa) e influya en el fracaso escolar.

No obstante, se observa que tras el proceso toman conciencia de la importancia de la dieta saludable y mejoran sus hábitos nutricionales.

En clase de plástica con la profesora M<sup>a</sup> Teresa Burgueño, los alumnos de Segundo de ESO realizaron diferentes composiciones en collage, etc. Varias de éstas se recogen a lo largo del artículo.





# El calor que se disipa

Carlos Usón Villalba. I.E.S. Marco Fabio Quintiliano

**Aunque pueda resultar extraño al lector alejado de la realidad cotidiana de un Centro Educativo, el edificio que alberga un Instituto está sometido a cambios de forma permanente lo que hace difícil mantener el equilibrio térmico con el que fue diseñado. El nuestro se construyó hace más de 50 años. Un momento en el que las preocupaciones por introducir aislantes y conseguir cerramientos estancos no contaban con las soluciones que han ido aportando los sucesivos avances técnicos. Fruto de esos cambios de los que hablaba antes, hoy dispone de cuatro tipos diferentes de ventanas: Con acristalamiento sencillo las hay de hierro y madera, pero también las tenemos de PVC con Climalit y dobles (una de madera por dentro y otra de aluminio por fuera). A lo que hay que añadir una dispar distribución de radiadores como resultado de haberlos ido incorporando en función de las urgencias de cada momento. En muchos casos sin estudio previo alguno sobre la adecuación de sus módulos a las necesidades reales.**

Resulta evidente que, antes de emprender una nueva reforma y completar el programa de sustitución progresiva de ventanas, era preciso realizar un análisis de la eficacia de los distintos sistemas de acristalamiento y de las causas de pérdida de calor en el Centro. El estudio que comentamos en estas líneas lo realizaron, el curso pasado, las alumnas y alumnos de 1º de Bachillerato dentro del Programa de Ecoauditorías que promueven las Consejerías de Educación y Medioambiente del Gobierno de La Rioja. Es por tanto un trabajo escolar, pero hecho con medios y conocimientos suficientes como para ser fiable.

## Recogida de información

Los lunes, miércoles y viernes de los meses de febrero y marzo, a las 9h. 25' de la mañana, justo al terminar la primera clase y antes de que, por distintas circunstancias, se abriesen ventanas y los datos dejaran de ser significativos, se tomaron medidas de temperaturas en todas las aulas del Centro, laboratorios y patio exterior. Esa captación se realizó por tanto en un momento en el que la calefacción llevaba 2h y ½ funcionando y la temperatura del Centro podía considerarse estable. A partir de esos datos se realizó un trabajo estadístico con un nivel de confianza del 95% y un error menor de 0'25 °C.

Se comparó el comportamiento de cada aula respecto a la media con objeto de determinar cuáles eran las aulas frías del Instituto y cuales las cálidas para analizar después dónde estaban

situadas y el tipo de acristalamiento que presentaban. Se repitió ese mismo estudio comparativo tomando 20 °C como referencia. Una temperatura razonable para estar en reposo. Y por tercera vez fijando 19 °C como una temperatura suficiente para no tener frío si se mantiene una cierta actividad.



## Primeros resultados

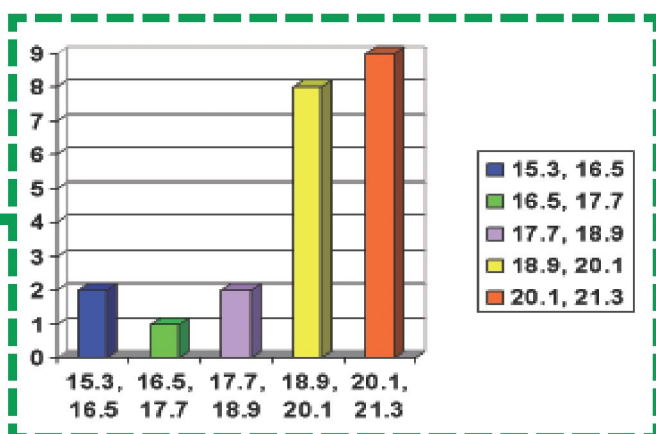
Ese primer estudio les permitió contrastar estadísticamente algunas hipótesis de partida que parecían obvias: Por ejemplo, que la temperatura media de los lunes era sensiblemente inferior a la de los miércoles y ésta a la de los viernes, a pesar de que los lunes se encendía la calefacción antes que el resto de los días. Por el contrario, les sorprendió el hecho de que no existiese relación estadística entre las temperaturas de las aulas, cuando se comparaban unas con otras. Si la calefacción cumplía su cometido debería haber introducido un elemento de dependencia entre ellas que no existía. Es decir, el hecho de haber calefacción debería llevar acausada la consecuencia de que, cuando en un aula aumentase la temperatura, sucediera lo mismo en cada una de las restantes. No era así. La calefacción no determinaba la temperatura del aula, intervenían otros factores que le restaban eficacia. Sin embargo, como cabía esperar, esa ineficacia no extrema. La correlación entre la temperatura exterior y la de cada una de las aulas también era nula, luego la temperatura interior del edificio era prácticamente independiente de la externa. La calefacción, aunque no de forma correcta, cumplía su cometido de generar una temperatura interior lo más autónoma posible de la del exterior. En cualquier caso, lo más sorprendente fue la determinación de las zonas del frías y cálidas del Centro.

Si situamos las temperaturas de las aulas en un gráfico vemos como la mayoría de ellas están por encima de 19 °C. No sólo eso, si descartamos el aula 21 cuya temperatura media es de 18'9°, muy próxima a la temperatura de corte, hay 4 aulas que se mantienen por debajo de ese valor crítico. Una de ellas se mantiene por debajo de los 18 °C pero ¡hay dos por debajo de los 16'5 °C!





No entraremos a discutir si 19 °C es una temperatura adecuada o no para un aula, nos interesa sobre todo, saber cuáles son las aulas frías del Centro y cuál es la razón de ese desequilibrio.



Las aulas 1, 11 y 14 ostentan ese triste privilegio. Las dos primeras están orientadas hacia el noroeste pero tienen ventanas de PVC y acristalamiento de Climalit. La 14, por el contrario, está orientada al sureste, soporta ventanas de hierro y acristalamiento sencillo. El análisis necesitaba de una mayor precisión para poder sacar conclusiones y eso requería estudiar las aulas en su totalidad y los 19 °C no parecían ser la mejor referencia.

**1.** Las aulas nº 1, 2, 10 y 11 tienen ventanas de PVC con acristalamiento de Climalit. Todas ellas orientadas al Noroeste y con temperaturas sensiblemente inferiores a la media del Centro,

excepto la nº 10 que está ligeramente por encima de ella.

**2.** Las nº 3, 4, 12, 13 y 14, orientadas al sureste, tienen ventanas de hierro y acristalamiento sencillo. Dos de ellas: 13 y 14 con temperatura inferior a la media y las otras dos, 3 y 4, con temperatura inferior a 20°.

**3.** Las aulas 15 y 16 tienen ventanas de PVC con acristalamiento de Climalit y orientación Noreste. Ambas con temperaturas superiores a los 20°.

**4.** Las aulas 8, 9, 18, 19, 20 y 21 tienen ventanas de madera, acristalamiento simple y orientación Suroeste. Tan sólo la 21 presenta temperaturas ligeramente inferiores a la media.

**5.** Por último, las aulas 5, 6 y 7, orientadas al Noreste, tienen doble ventana, de madera en el interior y aluminio en el exterior. Todas ellas cuentan con un radiador adicional y alcanzan temperaturas superiores a los 20°.

Al margen de la necesidad de hacer un estudio complementario volumen/módulos de calefacción, el trabajo de los alumnos termina con la conclusión de que la orientación del edificio no determina la temperatura interior cuando se instalan ventanas y acristalamientos aislantes que resultan mucho más necesarios cuando las primeras son de hierro y el cristal sencillo.



# Programa de Formación y Educación 2006/07

**La Oficina Insular de Consumo del Cabildo de Tenerife, ha puesto en marcha un amplio programa de educación al consumidor, para el presente curso escolar, que se concreta en la organización y desarrollo de los siguientes proyectos.**

## Concurso Insular de Profesores

En nuestro sistema educativo, la educación de los consumidores es uno de los principales contenidos dentro de las materias transversales, que deben formar parte de la enseñanza en todas las áreas curriculares, desde una estrategia metodológica global e interdisciplinar.

Para fomentar la educación al consumidor en los centros de enseñanza, con el fin de que estos contenidos se integren con normalidad en los proyectos educativos del centro y en las programaciones de aula, es necesario llevar a cabo iniciativas que orienten, incentiven y motiven las actividades llevadas a cabo por los profesores.

El papel del profesor es fundamental para que se lleven a cabo unidades didácticas o proyectos relacionados con la educación del consumidor en el aula y en los centros, al ser el mismo el que decide en última instancia qué enseñar, cómo y cuándo.

La Oficina Insular de Consumo y Promoción de Calidad del Cabildo de Tenerife, en su compromiso con el fomento de la Educación de los Consumidores, ha querido dar un paso más en el desarrollo de este importante contenido en las programaciones y actividades curriculares de aula, apoyando e incentivando el trabajo de los profesores.

Para ello, se ha aprobado el **Primer Concurso Insular para Profesores** (de carácter individual), con fin de promover el desarrollo unidades didácticas, proyectos y actividades relacionadas con la educación de los consumidores por parte del profesorado de educación primaria y secundaria.

La temática general en el que deben inspirarse los trabajos es el **Consumo Responsable**, aplicado a temáticas y campos diversos como el desarrollo sostenible y el medio ambiente, los residuos, el transporte, los sectores económicos, el comercio, la nutrición, los productos y los servicios, la contaminación atmosférica, el recurso del agua, las nuevas tecnologías de la comunicación, los derechos y deberes de los consumidores, la energía, la agricultura y los alimentos, seguridad y salud, comercio justo, publicidad y medios de comunicación, culto al cuerpo (piercings, tatuajes, cosméticos, cirugía estética), valores, estilos de vida, ocio, tiempo libre y comportamientos consumistas...etc. En los libros de textos

de las áreas de Conocimiento del Medio en Primaria, y Ciencias de la Naturaleza, Geografía, Ciencias Sociales e Historia y Tecnología en Secundaria, están recogidos ampliamente esos contenidos y áreas temáticas.

Los trabajos pueden ser unidades didácticas, actividades de clase, proyectos de investigación, talleres, salidas de campo para seguir la pista a un producto o servicio, semana o día del consumo responsable, o cualquier otra actividad que el profesorado pueda documentar y que esté relacionada directa o indirectamente con los contenidos antes señalados.

Se premiarán los tres mejores trabajos individuales de profesores de educación primaria y los tres mejores trabajos individuales de profesores de educación secundaria, así como dos menciones especiales.



Los Premios consistirán, para ambas categorías, en:

### Primer premio:

- > Viaje para dos personas, durante 3 días, a Santander, que incluye visita a la Escuela Europea de Consumo
- > Lote de material didáctico

### Segundo premio:

- > Ordenador portátil
- > Lote de material didáctico

### Tercer premio:

- > PDA
- > Lote de material didáctico

### Menciones Especiales:

- > Lote de material didáctico

**El plazo de presentación finalizará el próximo 15 de mayo de 2007.**





### Campaña itinerante por los municipios y centros de Tenerife

Esta campaña consiste en el diseño e implementación de tres actividades itinerantes que se ofertan y se ejecutan en la propia aula del centro escolar.

**En educación primaria** se realizarán dos grandes actividades, una dirigida al primer ciclo de educación primaria (niños de 6 a 8), centrada en **los juegos y los juguetes** (seguridad de los juguetes, fabricamos nuestro propio juguete, aprender a jugar sin juguetes, etc.) y, otra actividad dirigida a el segundo y tercer ciclo (niños de 8 a 12 años), centrada en el fomento de las **compras responsables y equilibradas** (administración de presupuestos, aprender a comprar con lista, identificación e interpretación de símbolos y etiquetas).

**En educación secundaria** se llevarán a cabo actividades relacionadas con la simulación y la resolución de reclamaciones y conflictos de consumo, en la que los alumnos tendrán que organizar y resolver por el procedimiento del arbitraje de consumo casos reales o laudos publicados por las juntas arbitrales (se simularán juicios extrajudiciales en clase).

### Talleres en el Centro de Formación del Consumidor

En total se están ejecutando 16 talleres de consumo, que están teniendo una gran aceptación y demanda por parte de los centros de Tenerife. En muy pocas semanas se ha completado todo el calendario escolar para la realización de diversas actividades:

Alimentación y compra equilibrada, consumo de ropa, taller sobre frutas y verduras, elaboración de zumos naturales, identificación de proteínas, reciclaje y compra ecológica, identificación y elaboración de productos cosméticos, taller sobre envases y publicidad de los productos, juegos y juguetes...

En la oferta de este año se han incluido nuevos talleres entre los que cabe destacar el taller denominado **«Peatones y conductores responsables»**, que se caracteriza por el montaje de una autoescuela infantil y un circuito para la enseñanza de normas básicas de comportamiento y seguridad vial.

Asimismo, cabe destacar el taller denominado **«Elaboramos nuestro propio pan»**, en que los alumnos se familiarizarán con este importante producto, y aprenderán a elaborar pan de manera tradicional.





# La Escola del Consum de Catalunya abre las puertas a Primaria

En este curso 2006-2007, la Escola del Consum de Catalunya (ECC), de la Agència Catalana del Consum abre las puertas a un nuevo ámbito educativo, la educación primaria. La oferta educativa de primaria es una iniciativa que propone extender la educación del consumo a todas las etapas educativas, destacando así la importancia de educar en el consumo desde pequeños para formar una ciudadanía responsable, activa y crítica.

A diferencia de la oferta educativa de secundaria, donde los alumnos se trasladan a las sedes de la ECC, en el caso de primaria el equipo educativo va a los centros educativos para acercarse a la escuela, su funcionamiento y su realidad, facilitando que los alumnos de primaria puedan realizar talleres de educación del consumo.

El funcionamiento de esta nueva propuesta de la Agència Catalana del Consum será igual que el funcionamiento establecido hasta ahora: las escuelas que quieran rellenar la solicitud o recibir más información, lo podrán hacer a través de Internet, dirigiéndose al apartado de la Escola del Consum de Catalunya en la página web de la Agència Catalana del Consum ([www.consum.cat](http://www.consum.cat)), consultando en el calendario los días disponibles y la oferta de actividades.



En este primer año se ofrecen tres talleres. Cada taller se dirige a un ciclo y por tanto, trata un tema de consumo adaptado a las características de cada grupo de edad. El taller dirigido al ciclo inicial se titula «Veo veo, ¿de qué color es?», donde los pequeños trabajan los colores de las tiendas junto con las sensaciones que estos les sugieren para ayudar a Cric, un personaje venido de un mundo en blanco y negro, a entender un mundo como el nuestro lleno de colores y sensaciones. Es una actividad imaginativa donde los niños aprenden a mirar las tiendas desde otro punto de vista, teniendo en cuenta sus emociones.



Dirigido a los niños de ciclo medio, se ofrece el taller «¿Me hago mayor?». Tina es una empresaria que organiza fiestas de cumpleaños y está muy perdida a la hora de hacer su trabajo: preparar una fiesta para una niña de 9 años. Teniendo como hilo conductor el reto de ayudarla, los niños y niñas toman consciencia de los cambios físicos, cambios en las responsabilidades y en los gustos cuando nos hacemos mayores; y descubren cómo esto condiciona la celebración del cumpleaños.

A los mayores, los alumnos de ciclo superior, se les asigna el taller «¿Qué hacemos esta tarde?», donde unos pintores tienen un importante encargo: representar con formas geométricas la forma de gestionar el tiempo libre. Para ayudarlos, el alumnado de 5º y 6º analizan diferentes actividades de ocio fijándose en el material que necesitan, el dinero que cuesta, sus derechos y las responsabilidades que se derivan de ello. El análisis realizado sirve para que cada grupo cree, con formas geométricas, la representación artística de su tiempo de ocio.

Con esta oferta se inicia una nueva línea de trabajo, dirigida a la educación primaria, donde el dinamismo, la dramatización y la aproximación a los centros son el eje principal.

Meritxell Raja

del Equipo Educativo de la Escuela del Consumo de Catalunya



# EducAR el Consumo creando escenarios en el aula

**Ofrecer talleres para la Educación Primaria ha significado, entre otras cosas, repensar el formato de las actividades. La entrada en las aulas de Primaria demanda buscar herramientas didácticas que favorezcan la consecución de los objetivos planteados y sean, a su vez, atractivas para el alumnado de Primaria.**

Uno de los objetivos fundamentales de los talleres es fomentar la imaginación y la creatividad del alumnado. Pensamos que ambos aspectos son herramientas potentes para que el alumnado aprenda a diseñar continuamente estrategias ante las nuevas situaciones que le plantea la sociedad de consumo.

Para favorecer este trabajo, una herramienta que se está mostrando muy adecuada es la dramatización. Se trata de convertir las aulas en escenarios donde varios personajes explican sus historias siempre vinculadas al consumo. Convertir el aula en un escenario puede ser una estrategia para fomentar la participación del alumnado en la actividad propuesta. Facilita la expresión de las propias emociones e ideas, ayuda al alumnado a ponerse en el lugar de otra persona y entender que el mundo se puede mirar desde varios puntos de vista.



Aun así, la presentación de los talleres en forma de escenarios de dramatización implica reflexiones en torno a los personajes que aparecen, los tipos de materiales que se utilizan y los diálogos que se llevan a cabo.

Los personajes que aparecen en las dramatizaciones tienen que ser significativos para los niños. Pueden ser personajes fantásticos como el caso de *Cric*, para el alumnado de ciclo inicial. También pueden ser personas de su propio contexto, como la persona que quiere preparar una fiesta de cumpleaños, para el alumnado de ciclo medio. Por último, pueden ser personajes de profesiones conocidas que los niños identifiquen de forma rápida, como la pintora que presenta el taller de ciclo superior. En todos los casos, la relación entre personaje y alumnado tiene que estar establecida a priori, como garantía de conexión de las experiencias de los niños con la trama que se presenta en el taller.



El material es otro aspecto fundamental. Cuando el aula se convierte en un escenario, el material pasa a ser atrezzo. Es más que material didáctico, pasa a convertirse en el decorado que permite construir una nueva realidad. Se hace fundamental, por tanto, dedicar esfuerzo a definir con cuidado aspectos como el vestuario de los protagonistas, las estructuras que soportan los decorados y el material que manipularán los niños.

Los diálogos son el otro factor determinante. En el diálogo se muestra la interacción entre actrices (educadoras) y público (alumnado). Pensamos en diálogos que acerquen a los participantes hasta que todo el mundo entre en la trama de la obra llegando a ser parte del equipo de actores. El diálogo es bastante abierto para adecuarse a las características del alumnado pero a la vez es lo bastante cerrado para favorecer la presencia de contenidos de educación del consumo.

Cada escenario es una puerta de entrada a la relación entre rigor e imaginación. El rigor nos permite asegurar que en cada ciclo se trabajan contenidos curriculares propios de la educación del consumo. Ayuda al equipo educativo a asegurar que la actividad va más allá de una dramatización para convertirse en un espacio donde pensamiento y acción se encuentran en torno a un fenómeno de consumo.

La imaginación, a su vez, nos permite crear situaciones divergentes. Buscar escenarios significativos para los niños que les permitan entrar en la educación del consumo de forma estimulante y próxima a sus intereses.

Rigor e imaginación se dan la mano para construir espacios de creatividad donde alumnado, maestros y equipo educativo sean protagonistas de una experiencia intensa que tiene como eje curricular la educación del consumo.

Mercè Guilerà  
del Equipo Educativo de la Escuela del Consumo de Catalunya



# «Ocio y Tiempo Libre»

## Unidades didácticas para la educación sobre el consumo

Como viene siendo habitual, la Dirección General de Consumo de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo, desarrolla programas de educación del consumidor en la Escuela, al objeto de proporcionar a los escolares una formación adecuada y responsable en materia de consumo.

Entre dichas actuaciones, la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo y la Consejería de Educación y Cultura, han presentado las Unidades Didácticas, que este año están dedicadas al «Ocio y Tiempo Libre», como uno de los mecanismos institucionales específicos para hacer efectiva la educación al consumidor en la escuela.

Las Unidades contienen información, sobre la animación a la lectura, en cómo, cuándo y con quién salir, sobre viajes, y sobre condiciones, oferta y gestión del ocio y sobre entrenamiento en habilidades de ocio y tiempo libre, con tratamiento metodológico.



# El Director General de Consumo entrega los premios del Primer Concurso de Cuentos Consum del Día Mundial del Consumidor

El Director General de Consumo, José Gabriel Ruiz, entregó el pasado 16 de abril, en el Colegio La Milagrosa de Totana, los premios a los ganadores de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, del primer Concurso de Cuentos Consum «Colorín colorado el ejercicio es sano» con motivo del Día mundial del Consumidor.

El «I Concurso de Cuentos Consum», bajo el lema «Colorín colorado, el ejercicio es sano», tiene como objetivo el que el escolar conozca su papel como consumidor y los derechos que le asisten.

Los temas tratados, siempre relacionados con los derechos de los consumidores son: la salud y su relación con la alimentación o con la actividad física, la economía doméstica o el respeto por el medio ambiente. En este caso se ha incidido sobre el ejercicio físico y los beneficios que su práctica conlleva para la salud.





# «CUENTOS CONTIGO»

## Cuentos de consumo responsable para los más pequeños

La Dirección General de Consumo de la Consejería de Turismo, Comercio y Consumo, ha editado «CUENTOS CONTIGO», material didáctico dirigido a niños de educación infantil y especial, al objeto de crear en los más pequeños hábitos de conducta racionales y responsables, al mismo tiempo que se les proporciona conocimientos básicos en las áreas fundamentales relacionadas con el consumo y que les permitan el día de mañana tomar decisiones informadas.

El material compuesto por cinco cuentos diferentes, con una guía didáctica con propuestas de actividades, como fichas para colorear, canciones, recortables, etc. y con un rompecabezas de los personajes que intervienen en los cuentos, ha sido repartido entre los centros de educación infantil y especial.



Los temas abordados en los cuentos está directamente relacionados con el consumo y tienen como objetivo fundamental proporcionar un material que sea de utilidad en las escuelas para el desarrollo de las capacidades sensoriales de los más pequeños y serán aplicados tanto por el profesor como por los monitores de consumo en los distintos talleres que se realicen a lo largo del curso escolar.

Los temas abordados en cada cuento son:

- 1. La compra: «Pepe se va de compras»** se familiariza a los pequeños con el acto de comprar, de adquirir objetos, de forma responsable, evitando el comprar por comprar.
- 2. El vestido y el calzado: «El jersey del arco iris»** relacionado con los diferentes calzados que hay que utilizar según la época del año, enseñando a leer las etiquetas y haciendo referencia a las marcas.
- 3. Juguetes y material escolar: «Pepe y la caja mágica»** con referencia a tipos, materiales y productos alternativos al juguete comprado en un establecimiento, así como su correcta utilización.
- 4. El dinero y el ahorro: «La princesa futbolista»** es imprescindible enseñar a los escolares a conocer la momeada y hacer un uso racional de la misma.
- 5. La vivienda: «El cumpleaños de Rita»** donde se intenta enseñar a los niños hábitos de conducta adecuados en la utilización de los enseres domésticos, evitando accidentes.





# Presentación VII Jornadas de Formación-Educación en Consumo Curso 2006-2007

La Consejería de Bienestar Social y Sanidad-Viceconsejería de Sanidad y Consumo presenta a los medios de comunicación, Centros Escolares y Sectores Sociales el material y contenido de las VII Jornadas de Formación Educación en Consumo para el curso 2006\_2007.

Con el lema «Aprendiendo a ser consumidor – Todos somos consumidores», la base metodológica de las actividades destinadas a las escuelas como es habitual consta de cuentos didácticos, relatos didácticos y cómics. La novedad para este próximo curso y para satisfacer uno de los objetivos que impregna toda la Programación : «sensibilización con las dificultades añadidas de los consumidores con discapacidades», consiste en que los cuentos didácticos destinados a Educación Primaria se presentan en versión original, versión adaptada para los discapacitados visuales y versión en BRAILLE. Y ello, gracias a la colaboración de la ONCE MELILLA.



Cómic «ETI Aceite de Oliva», destinado a los alumnos/as de 2º y 4º de ESO, para la celebración del Día mundial del Consumidor.

Agenda Escolar – Diario, para los alumnos/as de 4º y 6º de Educación Primaria.



Las obras presentadas son:

> Cuento didáctico «Consumidores en apuros – Viaje a través de la tele», destinado a los alumnos/as de 4º Curso de Educación Primaria de los 15 CEIP. Acompaña al cuento el tríptico con las Bases del correspondiente Concurso de Redacción. El cuento se presenta en versión original, versión adaptada para discapacitados visuales y versión en Braille. En la versión original, la última página presenta en Braille las reflexiones sobre las «Dificultades añadidas de los consumidores con discapacidades», junto a dibujos en relieve, con el objetivo de que el alumnado pueda comprobar como puede un alumno ciego ver los dibujos y leer el cuento.

> Cuento didáctico «Las aventuras de Matis la burbuja de hospital», destinado a los alumnos/as de 6º curso de Educación Primaria de los 15 CEIP. Acompañan igualmente Bases del correspondiente Concurso de Redacción y se presenta en versión original, versión adaptada para discapacitados visuales y versión BRAILLE. En la última página figuran las reflexiones en BRAILLE y el dibujo en relieve de la burbuja MATIS.

> Relato didáctico «Consumidos», destinado a los alumnos/as de 2º y 4º Curso de la ESO de los 9 IES. Acompañan al relato Bases del Concurso de Relato, artículo periodístico o mural.

**Autora de las obras:**  
M<sup>a</sup> Dolores Angosto Sánchez  
**Coordinadora Jefe de la Inspección de Consumo**



# Entrega de premios Concurso Uso Responsable de las nuevas tecnologías

## VI Jornadas en consumo 1º y 3º ESO y Centros de Reforma y Acogida *Junio 2006*

Participaron en el Concurso de Relato, composición o mural 2.000 alumnos de 1º, 3º ESO y Centros de Reforma y Acogida. Magníficos trabajos presentados en Power Point, relatos y murales en el que nuestros participantes se remontaron a las máquinas inventadas por Leonardo Da Vinci.

¡Enhorabuena al profesorado y alumnado!



### Ganadores modalidad 1º ESO

**Primer Premio:** Paula Remartínez Kraemer 1º AESO Nuestra Señora del Buen Consejo.

**Primer Premio:** Verónica Pérez Remartínez y Rocío Marta Campaña 1º AESO. IES Miguel Fernández.

**Segundo Premio:** Andrés Francisco Aceituno Ruíz 1º A ESO La Salle El Carmen.

**Segundo Premio:** Paula de la Victoria Martín Pérez- Nisrin Mohamed Rahal y Amín Tahiri Mohand 1º AESO. IES Juan Antonio Fernandez.

**Tercer Premio:** Benyamín Basan Karda 1º G IES Enrique Nieto.

**Tercer Premio:** Fatima Hammou Hwouyali 1º D IES Leopoldo Queipo.

### Modalidad 1º ESO: ACCÉSIT

**ACCÉSIT Primer Premio:** Miguel Ramírez Muriana 1º AESO IES Virgen de La Victoria.

**ACCÉSIT Segundo Premio:** Mohamed el Moukhtari 1º D ESO IES Rusadir.

**ACCÉSIT Tercer Premio:** Rocío Madolel Orellana 1º B ESO IES Reina Victoria Eugenia.

### Modalidad 3º ESO

**Primer Premio:** Nawel Ismael Mohamed- Bárbara Muñoz, Palazón Beatriz García Angosto 3º AESO La Salle El Carmen.

**Segundo Premio:** Pilar Parente Gómez 3º AESO Nuestra Señora del Buen Consejo.

**Tercer Premio:** Roberto Ramírez Moreno 3º C ESO IES Enrique Nieto.

### Modalidad Centros de Reforma y Acogida

**Primer Premio:** Cristian Martínez Eugenio. Eladio Alonso.

**Primer Premio:** Hamed Marzok Abdeslam. Baluarte de San Pedro – R. Cerrado

**Segundo Premio:** Asíz Azaidi. La Purísima.

**Segundo Premio:** Karin Nordi Mohamed. Los Pinares.

**Tercer Premio:** Riduan Laarbi Mohamed. Baluarte de San Pedro- R. semiabierto.

**Tercer Premio:** Mashda Massira. Divina Infántita.

**ACCÉSIT Tercer Premio:** Hassan Bachiru. Los Pinares (Trabajo en Braille).



# «Taller de Publicidad» (Proyecto 2005-2006)

## Breve presentación del centro escolar

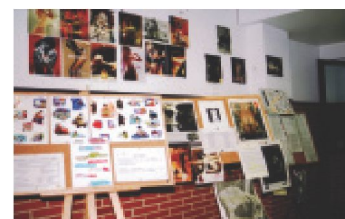
El IES Zizur, situado en la localidad navarra de Zizur Mayor, limítrofe a Pamplona, en plena ruta del Camino de Santiago, es un centro comarcal bilingüe en el que coexisten de forma respetuosa y armónica la enseñanza en Castellano y en Euskera.

Imparte Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato a un total de 905 alumnos/as repartidos entre sus diferentes cursos, ciclos y etapas. Cuenta en la actualidad con dos Asociaciones de Padres y Madres (APYMAS) y con un claustro de 94 docentes, ubicados en 17 Departamentos Didácticos diferentes.

Las clases se imparten en jornada intensiva de mañana debido, entre otras razones, a que una gran parte del alumnado viene desde los pueblos de la Cendea de Galar, Valdizarbe, Puente la Reina, Obanos y otras localidades cercanas.

## Justificación del Proyecto

El proyecto denominado «Taller de Publicidad» representa una pequeña muestra del conjunto de actividades educativas que sobre la Educación en Valores se vienen realizando en el IES Zizur, de forma preferente, con una serie de grupos específicos de Diversificación Curricular de 3º y 4º de la ESO.



La importancia del fenómeno publicitario en nuestra sociedad actual es fácilmente observable en numerosos y concretos aspectos de la vida cotidiana, tales como formas de vestir (tiranía de las marcas y modas), maneras de hablar (giros lingüísticos y expresiones sacadas de todo lo que se publicita (Ej. «¡Un poquito de por favor...!», «Porque yo lo valgo!»), estéticas específicas sobre la belleza y la salud que más bien persiguen fealdad y enfermedad (cuerpos «danone», chicas esqueléticas, «tíos cachas»), falsas necesidades creadas *ad hoc* (Ej. Cremas antiarrugas para adolescentes) y un largo etcétera.

Por todo ello, constatando esta realidad que nos envuelve y que nos lleva de forma inconsciente y compulsiva a consumir y adoptar esas escalas de valores negativas que nos limitan y empobrecen como personas, en este Taller, utilizamos la publicidad no sólo para aprender determinados contenidos teóricos, ideas o conceptos sobre la misma, sino sobre todo y fundamentalmente, como un poderoso recurso didáctico, tanto para revisar estilos de vida propios y ajenos, comportamientos, actitudes, creencias, ideologías, elementos de manipulación y discriminación, modelos de belleza, prejuicios, estereotipos, roles sexistas, etc., como para fortalecer nuestra autoestima, la propia imagen personal o autoconcepto, ■■■■■



habilidades de comunicación (escucha activa, asertividad, negociación), la resolución de conflictos, la resistencia a la presión grupal, el autocontrol, la autonomía y el manejo positivo de la frustración y de la ansiedad.

Los contenidos se trabajan a lo largo de todo el curso escolar, en las horas de clase de la que, en la Comunidad Autónoma de Navarra, constituye la materia alternativa a la Religión, denominada «Actividades Educativas Organizadas» (A.E.O.), dependiente del Departamento de Filosofía y cuyo currículo es un compendio de contenidos éticos, antropológicos y culturales; si bien se trabaja coordinadamente con otras áreas y asignaturas.

Dichos contenidos se desarrollan de forma progresiva, con un tratamiento en espiral, comenzando con el análisis de los valores subyacentes al lenguaje explícito e implícito de los anuncios y demás estrategias publicitarias para ir aumentando la complejidad de la reflexión y poder llegar a analizar la propia estructuración del psiquismo y la personalidad humana, al penetrar conceptualmente en la esfera de la motivación, el deseo, la afectividad y la conducta humana.

Las actividades que se realizan son muy dinámicas y variadas: murales, encuadernaciones, exposiciones, dramatizaciones, debates, análisis de casos y anuncios concretos, dilemas morales, recopilación y posterior trabajo crítico sobre los catálogos navideños y otras campañas publicitarias, comics, teatro leído, jornadas de discusión dirigida, etc.; si bien, a pesar de su diversidad, siguen un hilo conductor común puesto que están enmarcadas dentro de una metodología activa y participativa, que huye de la mera instrucción, el dogmatismo y la lección magistral, por considerarlos inadecuados para la finalidad perseguida.

Como actividades a destacar del Taller de Publicidad realizado durante el curso 2005-2006 (llevamos cinco años de Taller), se encuentra la retirada de un catálogo de productos para la nieve, de una conocida marca deportiva, por contener imágenes sexistas que puntualmente denunciábamos a la propia empresa anunciadora, a través de varias cartas y recogida de firmas, y al Instituto de la Mujer y la realización de una exposición abierta al público (cuyas fotos acompañan este texto) sobre éste y otros trabajos realizados en el Taller (conceptos básicos, papel de la imagen, significado cromático, interrelación imagen/texto, erotismo, mensajes sobre tabaco y alcohol, roles sexistas asignados por medio de los juegos y juguetes en los catálogos comerciales, cosificación de la imagen femenina, una impactante campaña de carteles de Benetton, breve historia de la publicidad a través del cómic, anuncios antiguos, etc) que invitamos a conocer a toda la comunidad educativa de nuestro Instituto.

## Proyecto «Taller de Publicidad» del curso académico 2005-2006 acogido a la convocatoria de subvenciones destinadas a la financiación de proyectos escolares de Educación para el Consumo del Gobierno de Navarra. IES Zizur BHI- Zizur Mayor (Navarra) Mapa Conceptual



A través de este mapa conceptual, te invitamos a conocer, de una forma sencilla, esquemática y sintética a la vez, en qué consistió dicho Taller, qué contenidos se abordaron, con qué finalidad, en qué áreas se desarrollaron, qué recursos se utilizaron y cuáles fueron las actividades realizadas.

En dicho mapa se recogen en un solo golpe de vista, todas las respuestas dadas a las preguntas educativas básicas del proyecto, sobre Qué, a Quién, Cuándo, Cómo, Dónde, Por Qué y Para Qué.

**Maite Segura Corretgé**  
del Dpto. de Filosofía del IES. Zizur



# II Encuentro Europeo de Profesores de la Red E-CONS

**Bajo el lema «Por una Educación del Consumidor al servicio de una ciudadanía europea activa», se desarrolló en Roma, los días 26, 27 y 28 de octubre, el II Encuentro Europeo de Profesores de la Red E-Cons donde se dieron cita más de 150 profesionales de la Educación del Consumidor de veintitrés países europeos.**

La Red E-Cons se enmarca dentro de la acción Comenius 3 del programa comunitario Sócrates. Su finalidad es impulsar la formación de los consumidores para que actúen de forma



consciente, crítica, solidaria y comprometida con su entorno medioambiental; que conozcan sus derechos y que asuman sus responsabilidades en una Europa en

proceso de ampliación, dentro de unos valores transversales claramente definidos.

La Red es de gran interés para el profesorado europeo que desarrolla su actividad docente con escolares entre 3 y 18 años. Y busca su implicación directa, su participación activa, poner en común proyectos y actividades y dotarle de recursos técnicos con los que puedan desarrollar en el aula los mejores proyectos en el ámbito de la Educación del Consumidor.

A lo largo de las tres jornadas se realizaron ponencias, comunicaciones, presentaciones de proyectos y propuestas sobre los tres bloques temáticos alrededor de los cuales giró este II Encuentro; El binomio consumo-salud, Calidad de vida y Desarrollo sostenible. Entre los ponentes figuraron expertos de la UNESCO y de la Comisión Europea, así como de organizaciones de consumidores, representantes de las diferentes Comunidades Autónomas y principalmente profesores y profesoras.

Paralelamente al desarrollo del encuentro tuvo lugar una exposición, con más de cuarenta stands, de materiales didácticos sobre Educación del Consumidor y diferentes murales informativos sobre proyectos desarrollados o propuestas realizadas por profesores, organismos y organizaciones participantes en este congreso.

El último día del encuentro tuvo lugar la presentación del Manual Básico para la Educación del Consumidor. En dicho documento se recoge entre otros: los objetivos que se quieren alcanzar



con el desarrollo de proyectos de Educación del Consumidor, se dan ideas acerca de cómo desarrollarlos en el aula o se presentan estrategias metodológicas útiles para abordar

temas como alimentación y nutrición, publicidad y medios de comunicación, ecoconsumo...

A continuación se ofrece un pequeño resumen de una de las ponencias marco con las que arrancó este II Encuentro Europeo de Profesores de la Red-Econs.

**D. Francesco Tonucci**

**Investigador del Consejo Nacional de Investigaciones, responsable del Proyecto Internacional «La ciudad de los niños»**

**«Los niños tienen derecho a consumir su propia ciudad»**

**> Una vez teníamos miedo del bosque.**

Nos sentíamos seguros en la ciudad, lugar de los juegos y de las amistades. Nuestra ludoteca era la calle, las plazas, los campos (a menudo se discutía con los adultos).

*Nuestros juguetes nacían de las cañas, de las bellotas, de la arcilla.*

*Para mí también de las cajas vacías de las medicinas que mi padre enfermero nos traía.*

*No había parques para los niños. Se jugaba en la ciudad de todos, a menudo peleando por usar algunos espacios. Se usaban a escondidas los espacios de los adultos, cuando a ellos nos les servían.*

*Las casas bombardeadas eran «maravillosas» ludotecas, misteriosas y mágicas y donde los adultos habían desaparecido.*



### > No había negocios de juguetes.

Se los construían solos con la ayuda de los padres y de los abuelos. Un juguete no siempre lo traían los Reyes. El niño Jesús algún dulce e higos secos, mandarinas viejas a mitad de cuaresma. Estos eran los regalos.

No había negocios de ropa para niños, sus ropas se las cosían las madres utilizando las ropas dejadas por los adultos, a menudo dadas la vuelta.

Los niños eran muchos y jugaban por bandas en las calles. También entonces existían los automóviles, muchos menos pero igualmente peligrosos. También entonces se decía que los gitanos robaban a los niños, también entonces era falso, sin embargo los niños sobrevivían fuera.

Una vez los niños desgastaban el fondo de los pantalones y los zapatos (los hierros en los tacones)

Faltaban más de diez años para la llegada de la televisión.

### > Hoy los niños están ausentes. No se ven más. Se han convertido en objeto de consumo.

En los últimos decenios los niños se convierten en sujetos de consumo. Sobre ellos ha nacido un mercado enorme: Después de la multitud de negocios de juguetes nacen los supermercados de juguetes, multinacionales, competencia china.

Negocios de ropa y de calzado especializados. Desfiles de moda. Publicidad para ellos. Con ellos, sobre ellos, para hacerles convertirse en petulantes promotores y reivindicadores de consumo, para chantajear afectivamente a sus padres (si les queréis bien...)

Visten a los hijos a la moda para aparentar (como un precioso accesorio). Los niños de hoy tienen el televisor en la habitación y el móvil en el bolsillo. Cuestan mucho. Consumen mucho.

El Jefe: los productos de los niños en la farmacia: el niño pequeño como enfermo (los zapatos en la farmacia, pero las aspirinas en el supermercado, no)

### > Los niños pierden la ciudad.

En el mismo periodo los niños pierden la posibilidad de usar la ciudad para su necesidad y para su desarrollo. Se crea un segundo mercado, el de las oportunidades educativas. Del colegio por la tarde a las ludotecas para que lleguen a ser grandes bailarinas, campeones olímpicos o campeones mundiales de fútbol).

Para hacerles hacer a los niños aquello que nosotros de pequeños no habíamos podido hacer.

Pero no juegan al balón, estudian fútbol, y es otra cosa.

El niño no puede jugar en esta ciudad en estas condiciones, y el niño que no puede jugar no crece bien.

La política de los servicios es un engaño para los niños, para ellos no basta parchearlo, se necesita quitar las causas del problema.

**Prodi: «No es suficiente dar a los niños servicios, debemos restituirles las ciudades»**



### > La ciudad pierde a los niños.

Se vuelve bruta e insegura.

La participación de los niños en el gobierno de la ciudad, puede resolver muchos problemas: restituir la ciudad a los niños y los niños a la ciudad.

Algunos ejemplos de propuestas de los niños en las ciudades de la red «La ciudad de los niños».

**«La ciudad que desean los niños cuesta menos, es más bonita, y más sana.»**



> La evaluación del Encuentro de Roma ha sido muy positiva. Pero, sobre todo, queremos destacar la activa participación del profesorado. Más de 40 proyectos buscan socios, de los cuales

**32 encontraron tres o más socios y el resto, uno o dos, por lo que pueden encontrar el resto con relativa facilidad. El número de centros escolares asociados es de 1.792 centros.**



> Ya estamos empezando a preparar el próximo encuentro de la RED. El profesorado que quiera participar debe comenzar ahora a buscar recursos. Cuando salga la convocatoria de ayudas Comenius es el momento.

> Para más información se puede consultar la web:

[www.e-cons.net](http://www.e-cons.net)



**>CANTABRIA\_ Organismo:** Escuela Europea de Consumidores del Gobierno de Cantabria**Dirección:** C/ Nicolás Salmerón 7, 39009 Santander **Teléfono:** 942 210600 **Fax:** 942 210867**E-mail:** escuela@infoconsumo.es **Persona de contacto:** Nieves Álvarez**>ASTURIAS\_ Organismo:** Agencia de Sanidad Ambiental y Consumo del Principado de Asturias**Dirección:** C/ Santa Susana, 20, 2º, 33007 Oviedo **Teléfono:** 985 108303 **Fax:** 985 108310**E-mail:** carmenmg@princast.es **Persona de contacto:** Carmen Martínez González**>COMUNIDAD VALENCIANA\_ Organismo:** Dirección General de Seguridad Industrial y Consumo de la Generalitat Valenciana**Dirección:** C/ Colón 32, 46004 Valencia **Teléfono:** 96 3184224**Fax:** 96 3184217 **E-mail:** lopez\_mjorod@gva.es **Persona de contacto:** Mª José López Ródenas**>GALICIA\_ Organismo:** Instituto Galego de Consumo. Xunta de Galicia**Dirección:** Plaza de Europa, 10 A, 2º, 15703 Santiago de Compostela **Teléfono:** 981 534410 **Fax:** 981 522129**E-mail:** esther.alvarez.fernandez@xunta.es **Persona de contacto:** Esther Álvarez Fernández**>CASTILLA-LA MANCHA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha**Dirección:** C/ Berna, 1, 1ª planta, 45071 Toledo **Teléfono:** 925 284530**Fax:** 925 226206 **E-mail:** asalcedo@jccm.es **Persona de contacto:** Alejandro Salcedo Aznal**>EUSKADI\_ Organismo:** Dirección de Consumo y Seguridad Industrial del Gobierno Vasco**Dirección:** C/ Donostia-San Sebastián nº 1, 01010 Vitoria-Gasteiz **Teléfono:** 945 019924 **Fax:** 945 019947**E-mail:** n-ribado@ej-gv.es **Persona de contacto:** Nekane Ribado Vitorica**>EXTREMADURA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo y Salud Comunitaria de la**Consejería de Sanidad y Consumo de la Junta de Extremadura** **Dirección:** C/ Juan Pablo Forner, 9, 1ª**planta 06800 Mérida (Badajoz) Teléfono:** 924 008525 **Fax:** 924 008550 **E-mail:** ana.grande@sc.juntaex.es**Persona de contacto:** Ana Grande Murillo**>MADRID\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid**Dirección:** C/ Ventura Rodríguez, 7, 4º 28008 Madrid **Teléfono:** 91 5803200 **Fax:** 915803338**E-mail:** angel.escolar@madrid.org **Persona de contacto:** Ángel Escolar-Noriega Prieto**>ARAGÓN\_ Organismo:** Dirección General de Consumo del Gobierno de Aragón**Dirección:** Avda. Pablo Gargallo, 3, 1ª Planta, 50071 Zaragoza **Teléfono:** 976 714792 **Fax:** 976 715609**E-mail:** formacion.consumo@aragon.es **Persona de contacto:** Francisca Pérez Jiménez**>CASTILLA Y LEÓN\_ Organismo:** Dirección General de Salud Pública y Consumo de la Junta de**Castilla y León** **Dirección:** Paseo Zorrilla, 1, 47007 Valladolid **Teléfono:** 983 413196 **Fax:** 983 412538**E-mail:** heralvca@jcyl.es **Persona de contacto:** Carmen Herrero Álvarez**>LA RIOJA\_ Organismo:** Dirección General de Educación y Dirección General de Ordenación y Desarrollo**Económico del Gobierno de la Rioja** **Dirección:** C/ Marqués de la Ensenada, 15, bajo (entrada por Alba**de Castro) / 26071 Logroño Teléfono:** 941 291203 **Fax:** 941 291712 **E-mail:** consumo.formacion@larioja.org**Persona de contacto:** Mª José Gómez de Segura Martínez**>CANARIAS\_ Organismo:** Dirección Insular de desarrollo Económico, Comercio y Empleo del Cabildo**de Tenerife** **Dirección:** Plaza de España, s/n Edificio Anexo, 38003 Santa Cruz de Tenerife **Teléfono:** 922**314501 Fax:** 922 239979 **E-mail:** ldominguez@cabtfe.es **Persona de contacto:** Luis Domínguez Rodríguez**>CATALUÑA\_ Organismo:** Agencia Catalana de Consumo**Dirección:** Gran Vía Carles III, 105 B-I, 08028 Barcelona **Teléfono:** 93 5566710 **Fax:** 93 5566711 **E-mail:** aula.consum@gencat.net**Persona de contacto:** Julià Guimerà Gargallo**>MURCIA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo de Murcia**Dirección:** C/ Calderón de la Barca, nº 14, 1ª planta Edif. Atlas 30071 Murcia **Teléfono:** 968 357188 **Fax:** 968 228366 **E-mail:****mrosa.sancho@carm.es** **Persona de contacto:** Maria Rosa Sancho Celdrán**>ANDALUCÍA\_ Organismo:** Dirección General de Consumo. Consejería de Gobernación. Junta de**Andalucía** **Dirección:** Plaza Nueva, 4, 41071 Sevilla **Teléfono:** 955 041459 **Fax:** 955 041461**E-mail:** melena.suarez@juntadeandalucia.es **Persona de contacto:** Elena Suárez Mariscal**>MELILLA\_ Organismo:** Dirección General de Sanidad y Consumo de Melilla**Dirección:** c/ Duque de Ahumada s/n (Edif. Mantelete), 52001 Melilla **Teléfono:** 952 699271 **Fax:** 952 699272**E-mail:** mangos01@melilla.es **Persona de contacto:** Mª Dolores Angosto Sánchez**>NAVARRA\_ Organismo:** Dirección General de Industria y Comercio de Navarra**Dirección:** Parque de Tomás Caballero, 1 – 2ª planta, 31005 Pamplona **Teléfono:** 848 427739 **Fax:** 848 42 35 87**E-mail:** bberruec@cfnavarra.es **Persona de contacto:** Blanca Berruete Cilveti



# RESEÑAS

## CONSUMÓPOLIS 2

Durante el Curso Escolar 2006-2007 la Comunidad Autónoma de Extremadura, resto de Comunidades Autónomas junto con el Instituto Nacional de Consumo organizan el II Concurso Escolar, vía internet, para jóvenes escolarizados en el Tercer Ciclo de Primaria y para el Primer y Segundo Ciclo de Enseñanza Secundaria Obligatoria: Consumópolis II.

El tema elegido para esta edición «Consumo responsable y calidad de vida», tiene como objetivo sensibilizar a los jóvenes escolares de la importancia que tiene realizar un consumo responsable y conjugarlo con el bienestar y calidad de vida, tanto de ellos como de las personas de su entorno. Para ello deben seguirse las pautas de las 4 «C» Conocer, Comprender, Comparar y Consumir, con el objetivo de llegar a ser consumidores conscientes, críticos, solidarios y responsables.

Así mismo se pretende fomentar la participación de los centros educativos a través del profesorado y del alumnado, en actividades relacionadas con la Educación del Consumidor.

El Concurso consta de dos niveles de desarrollo: un primer nivel que se realizará on-line y en el que, a través del juego Consumópolis 2, los equipos tendrán que resolver un conjunto de cuestiones lúdicas y de contenidos pedagógicos, y un segundo nivel en la que los equipos colaborarán en la elaboración de una campaña publicitaria y una memoria escrita sobre la participación del equipo en el concurso.

El Concurso también tendrá dos fases de participación: una fase autonómica, organizada en nuestro caso por la Consejería de Sanidad y Consumo, a través de la Dirección General de Consumo Salud Comunitaria y de la que saldrán los equipos ganadores por cada etapa educativa. La clasificación de los premios en la fase autonómica serán:

PARTICIPANTES	PRIMER PREMIO	SEGUNDO PREMIO	TERCER PREMIO
TERCER CICLO ENSEÑANZA PRIMARIA	800,00 €	600,00 €	300,00 €
PRIMER CICLO E.S.O.	800,00 €	600,00 €	300,00 €
SEGUNDO CICLO E.S.O.	800,00 €	600,00 €	300,00 €

Y una fase nacional, organizada por el Instituto Nacional del Consumo en la que participarán los ganadores de las Comunidades Autónomas.

A partir del 15 de septiembre se pondrá en funcionamiento la página Web diseñada para el concurso, [www.consumopolis.com](http://www.consumopolis.com) a la que podrán acceder directamente o a través de nuestra propia página de Internet: [www.saludextremadura.com](http://www.saludextremadura.com)

## Memoria Plan Cuatrienal 05-06

La memoria recoge información y anexo fotográfico sobre los 34 proyectos subvencionados en la tercera fase del III Plan Cuatrienal de Educación del Consumidor del Gobierno de Cantabria y donde tienen una cabida especial aquellos proyectos que fueron galardonados. Y un pequeño resumen sobre los ganadores de la fase autonómica de Cantabria del Concurso escolar sobre consumo responsable «Consumópolis» organizado por el Instituto Nacional del Consumo y las Direcciones Generales de las Comunidades Autónomas competentes en Consumo.



## Cambio de dirección de la Dirección General de Consumo de Murcia

La dirección es la siguiente:

C/ Calderón de la Barca, nº 14, 1ª planta Edificio Atlas  
30.071 Murcia

Telf. 968 35 71 88

Fax. 968 22 83 66

[www.murciaconsumo.com](http://www.murciaconsumo.com)

e-mail: [mrosa.sancho@cam.es](mailto:mrosa.sancho@cam.es)

## El autobús del consumidor

Escolares de Educación Primaria de 20 municipios de la Comunidad de Madrid han participado durante el pasado mes de octubre en el proyecto denominado Autobús del Consumidor.



Durante la visita del autobús a cada localidad, los escolares han podido visitar esta unidad móvil, jugando en ella el juego de *La Ruleta de Consumo*, creado específicamente para esta campaña, y participar en la *gymkhana educativa* desplegada en los centros escolares. Esta consistía en un circuito en el que los estudiantes debían superar pruebas y sumar puntos para conseguir la Copa de Consumo, estando las pruebas divididas en tres áreas: medio ambiente, salud y seguridad. Con ello se ha buscado inculcar hábitos positivos relacionados con el reciclaje, la alimentación saludable, el consumo responsable y el espíritu crítico ante la publicidad.

El Autobús del Consumidor es una unidad móvil en la que los ciudadanos de municipios pequeños, que carecen de oficina municipal de información al consumidor, han podido realizar consultas, presentar reclamaciones y conocer de cerca el *Portal del Consumidor* de la Comunidad de Madrid.



## ETI 2006-2007 – «ETI Aceite de Oliva»

La mascota de los jóvenes consumidores se viste de Gala para celebrar con los alumnos/as Melillenses el día 15 de marzo de 2007, día mundial del consumidor, con un nutritivo «disfraz»; y ello para mostrar las excelencias de un alimento netamente mediterráneo, el aceite de oliva.

Por séptimo curso consecutivo la Consejería de Bienestar Social y Sanidad, repartirá 3.000 ejemplares de ETI, en los Centros escolares para fomentar la alimentación equilibrada.



